

Mestrado Próprio

Executive MBA

(CEO, Chief Executive Officer)

M B A C E O



Mestrado Próprio Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Dirigido a: formados ou graduados que tenham concluído anteriormente qualquer uma das certificações nas áreas de Ciências Sociais, Administrativas ou Empresariais

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio/mestrado-proprio-executive-mba-ceo-chief-executive-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. 58

11

Benefícios para a sua empresa

pág. 62

12

Certificado

pág. 66

01

Boas-vindas

A figura do CEO representa o leme de uma empresa, sendo a força motriz por trás da visão, da estratégia e do sucesso organizacional. A importância desses altos cargos reside em sua capacidade de equilibrar a estabilidade a curto prazo com a visão a longo prazo, adaptando-se a ambientes empresariais em constante mudança e desafiando continuamente o status quo, para alcançar novos horizontes de desenvolvimento e sucesso sustentável. Este programa de TECH oferecerá uma perspectiva abrangente e atualizada sobre estratégias empresariais, gestão de liderança e habilidades de tomada de decisão. Além disso, permitirá que os executivos adquiram ferramentas para enfrentar desafios comerciais complexos e promover a inovação em suas organizações.



Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)
TECH Universidade Tecnológica



“

Este programa capacitará o CEO a liderar com visão, adaptabilidade e uma abordagem estratégica em um ambiente de negócios dinâmico e competitivo”

02

Por que estudar na TECH?

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



“

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

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

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

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



Máxima exigência

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

95%

dos alunos da TECH finalizam seus estudos com sucesso.



Networking

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

+100.000

gestores capacitados a cada ano

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

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

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

A TECH conta com alunos de mais de 200 nacionalidades.



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



Análise

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



Excelência acadêmica

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



Economia de escala

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



Aprenda com os melhores

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

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

Por que o nosso programa?

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

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



“

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

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

01

Dar um impulso definitivo na carreira do aluno

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

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

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

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

Nossa visão global da empresa irá melhorar sua visão estratégica.

03

Consolidar o aluno na gestão empresarial

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

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

04

Você irá assumir novas responsabilidades

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

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

05

Acesso a uma poderosa rede de contatos

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

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

06

Desenvolver projetos empresariais de forma rigorosa

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

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

07

Melhorar soft skills e habilidades de gestão

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

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

08

Fazer parte de uma comunidade exclusiva

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

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

04

Objetivos

O principal objetivo deste programa acadêmico é oferecer uma capacitação abrangente na gestão de negócios, permitindo que os líderes desenvolvam competências estratégicas avançadas. Essa abordagem buscará ampliar sua compreensão dos desafios contemporâneos enfrentados pelas organizações. Ao mesmo tempo, os profissionais serão equipados com ferramentas avançadas para a tomada de decisões baseadas em dados, além de exercer uma liderança eficaz e gerenciar equipes multidisciplinares. Também será impulsionada a visão global e a capacidade de gerenciar a complexidade dos negócios, preparando o CEO para navegar em um ambiente competitivo com confiança, adaptabilidade e inovação. Consolide sua liderança!



“

Com a TECH, você desenvolverá as habilidades essenciais para gerenciar estrategicamente a sua própria empresa”

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

O Executive MBA (Chief Executive Officer) capacitará o aluno para:

01

Definir as últimas tendências na gestão empresarial, levando em conta o ambiente globalizado que rege os critérios da alta administração

02

Desenvolver as principais habilidades de liderança que devem definir aos profissionais que trabalham

03

Seguir os critérios de sustentabilidade estabelecidos pelos padrões internacionais ao desenvolver um plano de negócios

04

Desenvolver estratégias para tomar decisões em um ambiente complexo e instável

05

Criar estratégias corporativas que definam os passos a serem seguidos pela empresa para se tornar mais competitiva e atingir seus próprios objetivos



06

Diferenciar as competências essenciais para administrar estrategicamente a atividade empresarial

08

Planejar estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão e a eficiência empresarial

09

Entender qual é a melhor maneira de administrar os recursos humanos da empresa, alcançando um melhor desempenho dos mesmos a favor dos benefícios da empresa

07

Saber trabalhar de forma mais efetiva, mais ágil e mais alinhada com as novas tecnologias e ferramentas atuais

10

Adquirir as habilidades de comunicação necessárias para um líder empresarial a fim de conseguir que sua mensagem seja ouvida e compreendida pelos membros da sua comunidade



11

Compreender o cenário econômico no qual a empresa se desenvolve e criar estratégias adequadas para se antecipar às mudanças

14

Ser capaz de aplicar as tecnologias de informação e comunicação às diferentes áreas da empresa

12

Ser capaz de administrar o plano econômico e financeiro da empresa



13

Compreender as operações logísticas que são necessárias no ambiente empresarial a fim de desenvolver uma gestão adequada das mesmas

15

Realizar a estratégia de marketing que permita tornar o produto conhecido por nossos clientes potenciais e gerar uma imagem adequada da empresa

16

Ser capaz de desenvolver todas as fases de uma ideia de negócio: projeto, plano de viabilidade, execução, acompanhamento

18

Criar estratégias inovadoras adequadas aos diferentes projetos

19

Estabelecer diretrizes adequadas para a adaptação da empresa às mudanças da sociedade

17

Distribuir a carga de trabalho de recursos compartilhados entre vários projetos

20

Propor um modelo de negócios dinâmico que apoie seu crescimento em recursos inigualáveis



05 Competências

Este programa universitário equipará o CEO, ou aspirante a Chief Executive Officer, com uma grande variedade de competências indispensáveis para liderar com sucesso o atual cenário empresarial. Essas habilidades teórico-práticas incluirão desde liderança estratégica, gestão financeira avançada, análise de dados e tomada de decisões baseada em evidências, até a capacidade de compreender e se adaptar a ambientes comerciais globais complexos. Além disso, serão adquiridas metodologias interpessoais sólidas, como comunicação eficaz, negociação e construção de equipes, bem como o desenvolvimento de uma mentalidade inovadora para abordar desafios com criatividade e visão de longo prazo.



“

Você aprimorará as habilidades necessárias para para liderar, inovar e tomar decisões estratégicas que impulsionem o crescimento e o sucesso sustentável de suas organizações”

01

Solucionar conflitos empresariais e problemas entre os trabalhadores

02

Aplicar as metodologias de gestão Lean

03

Realizar uma correta gestão de equipe para melhorar a produtividade e, portanto, os lucros da empresa

04

Realizar o controle econômico e financeiro da empresa

05

Analisar ferramentas e métodos para a manipulação e melhor utilização dos dados, para a entrega de resultados que sejam compreensíveis para o destinatário final



06

Controlar os processos logísticos, as compras e o abastecimento da empresa

08

Implementar as principais ferramentas para uma gestão bem-sucedida da PD&I nas organizações

09

Aplicar as estratégias mais apropriadas para apostar no comércio eletrônico dos produtos da empresa

07

Aprofundar conhecimentos nos novos modelos de negócios dos sistemas de informação

10

Elaborar e liderar planos de marketing



11

Desenvolver métricas de alcance de objetivos associadas a uma estratégia de marketing digital e analisá-las em painéis digitais

12

Apostar pela inovação em todos os processos e áreas da empresa





13

Liderar os diferentes projetos da empresa, desde a definição de quando priorizar e quando adiar o seu desenvolvimento em uma organização

14

Apostar pelo desenvolvimento sustentável da empresa, evitando impactos ambientais

06

Estrutura e conteúdo

O Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) é um programa exclusivo ministrado em um formato 100% online. Desta forma, é possível escolher de forma personalizada o horário e o local que melhor se adapte aos seus horários, disponibilidade e interesses. Trata-se de um programa de 12 meses que visa proporcionar uma experiência única e motivadora, estabelecendo as bases para o sucesso profissional.



“

Você será capaz de implementar as estratégias corporativas mais atuais, como Driving Corporate Strategy, Pacing Corporate Strategy e Framing Corporate Strategy”

Plano de estudos

Este plano de estudos apresenta uma estrutura curricular robusta e diversificada, contemplando dez módulos principais para o desenvolvimento de executivos. Ao longo de 1.500 horas de capacitação, o aluno analisará uma série de casos práticos por meio de trabalhos individuais e em equipe. Trata-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Primeiramente, será analisado o papel crucial da liderança ética e da responsabilidade corporativa na tomada de decisões estratégicas, seguido pela formulação e implementação de estratégias empresariais eficazes para manter a competitividade e o crescimento sustentável. Também será aprofundada a importância de liderar equipes, promover a motivação e potencializar o capital humano como motor fundamental para o sucesso organizacional.

Além disso, serão fornecidas ao aluno ferramentas e conhecimentos para a

gestão eficaz dos recursos financeiros, examinando a otimização de processos e a cadeia de suprimentos. Da mesma forma, serão abordadas a gestão tecnológica, estratégias comerciais, marketing, comunicação corporativa e pesquisa de mercado. Por último, será reforçado o foco no Gerenciamento Executivo, sintetizando as habilidades para tomada de decisões estratégicas em ambientes empresariais desafiadores e dinâmicos.

Trata-se de um programa projetado sob medida para os objetivos profissionais dos estudantes, orientado para o desenvolvimento e capacitação para se destacar no campo da administração e gestão empresarial. O conteúdo programático será adaptado às necessidades dos empreendedores e de suas empresas, oferecendo um conteúdo inovador fundamentado nas últimas tendências, respaldado por uma metodologia educacional de ponta, o Relearning, e um corpo docente excepcional.

Este Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) tem a duração de 12 meses e está dividido em 10 módulos:

Módulo 1 Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

Módulo 2 Direção Estratégica e Gestão Executiva

Módulo 3 Gestão de pessoas e talentos

Módulo 4 Gestão Econômico-Financeira

Módulo 5 Gestão operacional e logística

Módulo 6 Gestão de Sistemas de Informação

Módulo 7 Gestão Comercial, Marketing Estratégico e Comunicação Corporativa

Módulo 8 Pesquisa de Mercado, Publicidade e Gestão Comercial

Módulo 9 Inovação e gestão de projetos

Módulo 10 Gestão Executiva

Onde, quando e como é ensinado?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive MBA (CEO, Chief Executive 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. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

1.1. Globalização e Governança

- 1.1.1. Governança e Governo Corporativo
- 1.1.2. Fundamentos da Governança Corporativa em empresas
- 1.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa

1.2. Liderança

- 1.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
- 1.2.2. Liderança nas Empresas
- 1.2.3. A importância do líder na direção de empresas

1.3. Cross Cultural Management

- 1.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
- 1.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
- 1.3.3. Gestão de Diversidade

1.4. Desenvolvimento de gestão e liderança

- 1.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
- 1.4.2. Conceito de liderança
- 1.4.3. Teorias de liderança
- 1.4.4. Estilos de liderança
- 1.4.5. Inteligência na liderança
- 1.4.6. Os desafios da liderança atualmente

1.5. Ética empresarial

- 1.5.1. Ética e moral
- 1.5.2. Ética empresarial
- 1.5.3. Liderança e ética nas empresas

1.6. Sustentabilidade

- 1.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 1.6.2. Agenda 2030
- 1.6.3. Empresas Sustentáveis

1.7. Responsabilidade Social da Empresa

- 1.7.1. Dimensão Internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 1.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 1.7.3. Impacto e Medição da Responsabilidade Social da Empresa

1.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável

- 1.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
- 1.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
- 1.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
- 1.8.4. Ferramentas e padrões de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

1.9. Multinacionais e direitos humanos

- 1.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 1.9.2. Empresas multinacionais perante o direito internacional
- 1.9.3. Instrumentos jurídicos para multinacionais em matéria de direitos humanos

1.10. Entorno legal e *Corporate Governance*

- 1.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
- 1.10.2. Propriedade intelectual e industrial
- 1.10.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 2. Direção Estratégica e Gestão Executiva**2.1. Análise e projeto organizacional**

- 2.1.1. Estrutura conceitual
- 2.1.2. Fatores-chave no design organizacional
- 2.1.3. Modelos básicos de organizações
- 2.1.4. Design organizacional: tipologias

2.2. Estratégia Corporativa

- 2.2.1. Estratégia corporativa competitiva
- 2.2.2. Tipologias de estratégias de crescimento
- 2.2.3. Estrutura conceitual

2.3. Planejamento e Formulação Estratégica

- 2.3.1. Estrutura conceitual
- 2.3.2. Elementos do planejamento estratégico
- 2.3.3. Formulação estratégica: processo de planejamento estratégico

2.4. Pensamento estratégico

- 2.4.1. A empresa como um sistema
- 2.4.2. Conceito de organização

2.5. Diagnóstico Financeiro

- 2.5.1. Conceito de diagnóstico financeiro
- 2.5.2. Etapas do diagnóstico financeiro
- 2.5.3. Métodos de avaliação para o diagnóstico financeiro

2.6. Planejamento e Estratégia

- 2.6.1. O plano de uma estratégia
- 2.6.2. Posicionamento estratégico
- 2.6.3. Estratégia nos negócios

2.7. Modelos e Padrões Estratégicos

- 2.7.1. Estrutura conceitual
- 2.7.2. Modelos Estratégicos
- 2.7.3. Padrões Estratégicos: As Cinco P's da Estratégia

2.8. Estratégia Competitiva

- 2.8.1. A vantagem Competitiva
- 2.8.2. Escolha de uma estratégia competitiva
- 2.8.3. Estratégias de acordo com o modelo do relógio estratégico
- 2.8.4. Tipos de estratégias de acordo com o ciclo de vida do setor industrial

2.9. Gestão estratégica

- 2.9.1. O conceito de estratégia
- 2.9.2. O processo de gestão estratégica
- 2.9.3. Abordagens para a gestão estratégica

2.10. Implementação da estratégia

- 2.10.1. Sistemas de indicadores e abordagem de processo
- 2.10.2. Mapa estratégico
- 2.10.3. Alinhamento estratégico

2.11. Gestão Executiva

- 2.11.1. Estrutura Conceitual da Gestão Executiva
- 2.11.2. Gestão Executiva. O papel do Conselho de Administração e as ferramentas de gestão corporativa

2.12. Comunicação estratégica

- 2.12.1. Comunicação interpessoal
- 2.12.2. Habilidades de comunicação e influência
- 2.12.3. Comunicação interna
- 2.12.4. Barreiras à comunicação empresarial

Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

3.1. Comportamento organizacional

- 3.1.1. Comportamento organizacional. Estrutura conceitual
- 3.1.2. Principais fatores do comportamento organizacional

3.2. As pessoas nas organizações

- 3.2.1. Qualidade de vida profissional e bem-estar psicológico
- 3.2.2. Equipes de trabalho e direção de reuniões
- 3.2.3. Coaching e gestão de equipes
- 3.2.4. Gestão da igualdade e diversidade

3.3. Gestão estratégica de pessoas

- 3.3.1. Gestão estratégica e recursos humanos
- 3.3.2. Gestão estratégica de pessoas

3.4. Evolução de Recursos Humanos. Uma visão integrada

- 3.4.1. A importância do RH
- 3.4.2. Um novo ambiente para a gestão e direção de pessoas
- 3.4.3. Gestão estratégica de RH

3.5. Seleção, dinâmica de grupo e recrutamento de Recursos Humanos

- 3.5.1. Abordagem ao recrutamento e seleção
- 3.5.2. O recrutamento
- 3.5.3. O processo de seleção

3.6. Gestão de recursos humanos por competências

- 3.6.1. Análise do potencial
- 3.6.2. Política de remuneração
- 3.6.3. Planos de carreira/sucessão

3.7. Avaliação de performance e gestão de desempenho

- 3.7.1. Gestão de desempenho
- 3.7.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo

3.8. Gestão de capacitação

- 3.8.1. Teorias de aprendizagem
- 3.8.2. Identificação e retenção de talentos
- 3.8.3. Gamificação e gestão de talentos
- 3.8.4. Capacitação e obsolescência profissional

3.9. Gestão do talento

- 3.9.1. Chaves para uma gestão positiva
- 3.9.2. Origem conceitual do talento e sua implicação na empresa
- 3.9.3. Mapeamento do talento na organização
- 3.9.4. Custo e valor agregado

3.10. Inovação na gestão do talento e das pessoas

- 3.10.1. Modelos de gestão de talento estratégico
- 3.10.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
- 3.10.3. Lealdade e retenção
- 3.10.4. Proatividade e inovação

3.11. Motivação

- 3.11.1. A natureza da motivação
- 3.11.2. Teoria das expectativas
- 3.11.3. Teorias de necessidades
- 3.11.4. Motivação e compensação financeira

3.12. Marca do empregador

- 3.12.1. *Employer Branding* em RH.
- 3.12.2. *Personal Branding* para profissionais de RH.

<p>3.13. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho</p> <p>3.13.1. Equipes de alto desempenho: equipes autogerenciáveis</p> <p>3.13.2. Metodologias de gestão de equipes de alto desempenho autogerenciáveis</p> <p>3.13.3. Escolas de <i>Coaching</i></p> <p>3.13.4. Ação e limites do <i>Coaching</i> executivo</p>	<p>3.14. Desenvolvimento da competência gerencial</p> <p>3.14.1. O que são competências gerenciais?</p> <p>3.14.2. Elementos de competências</p> <p>3.14.3. Conhecimentos</p> <p>3.14.4. Habilidades gerenciais</p> <p>3.14.5. Atitudes e valores dos gerentes</p> <p>3.14.6. Habilidades de gestão</p>	<p>3.15. Gestão do tempo</p> <p>3.15.1. Benefícios</p> <p>3.15.2. Quais podem ser as causas da má administração do tempo?</p> <p>3.15.3. Tempo</p> <p>3.15.4. As ilusões do tempo</p> <p>3.15.5. Atenção e memória</p> <p>3.15.6. Estado mental</p> <p>3.15.7. Gestão do tempo</p> <p>3.15.8. Proatividade</p> <p>3.15.9. Defina claramente o objetivo</p> <p>3.15.10. Ordem</p> <p>3.15.11. Planejamento</p>	<p>3.16. Gestão de mudanças</p> <p>3.16.1. Gestão de mudanças</p> <p>3.16.2. Tipo de processos na gestão de mudanças</p> <p>3.16.3. Estágios ou fases na gestão de mudanças</p>
<p>3.17. Negociação e gestão de conflitos</p> <p>3.17.1. Negociação</p> <p>3.17.2. Gestão de conflitos</p> <p>3.17.3. Gestão de crises</p>	<p>3.18. Comunicação gerencial</p> <p>3.18.1. Comunicação interna e externa no nível empresarial</p> <p>3.18.2. Departamento de Comunicação</p> <p>3.18.3. O responsável pelas comunicações da empresa. O perfil do Dircom (Diretor de Comunicação)</p>	<p>3.19. Direção de Recursos Humanos e equipes de SST (Saúde e Segurança no Trabalho)</p> <p>3.19.1. Gestão de recursos humanos e equipes</p> <p>3.19.2. Prevenção de riscos ocupacionais</p>	<p>3.20. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos</p> <p>3.20.1. Produtividade</p> <p>3.20.2. Estratégias de atração e retenção de talentos</p>
<p>3.21. Compensação monetária x. Não monetária</p> <p>3.21.1. Compensação monetária x não monetária</p> <p>3.21.2. Modelos de faixas salariais</p> <p>3.21.3. Modelos de compensação não monetária</p> <p>3.21.4. Modelos de trabalho</p> <p>3.21.5. Comunidade corporativa</p> <p>3.21.6. Imagem da empresa</p> <p>3.21.7. Salário emocional I</p>	<p>3.22. Inovação na gestão de talentos e pessoas</p> <p>3.22.1. Inovação nas organizações</p> <p>3.22.2. Novos desafios para o departamento de Recursos Humanos</p> <p>3.22.3. Gestão da inovação</p> <p>3.22.4. Ferramentas para inovação</p>	<p>3.23. Gestão do conhecimento e do talento</p> <p>3.23.1. Gestão do conhecimento e do talento</p> <p>3.23.2. Implementação da gestão do conhecimento</p>	<p>3.24. Transformação dos recursos humanos na era digital</p> <p>3.24.1. O contexto socioeconômico</p> <p>3.24.2. Novas formas de organização empresarial</p> <p>3.24.3. Novas metodologias</p>

Módulo 4. Gestão Econômico-Financeira

4.1. Ambiente Econômico

- 4.1.1. Ambiente macroeconômico e sistema financeiro nacional
- 4.1.2. Instituições financeiras
- 4.1.3. Mercados financeiros
- 4.1.4. Ativos financeiros
- 4.1.5. Outras entidades do setor financeiro

4.2. O financiamento da empresa

- 4.2.1. Fontes de financiamento
- 4.2.2. Tipos de custos de financiamento

4.3. Contabilidade Gerencial

- 4.3.1. Conceitos básicos
- 4.3.2. O Ativo da empresa
- 4.3.3. O Passivo da empresa
- 4.3.4. O Patrimônio Líquido da empresa
- 4.3.5. A Demonstração de Resultados

4.4. Da contabilidade geral à contabilidade de custos

- 4.4.1. Elementos de cálculo de custos
- 4.4.2. O gasto na contabilidade geral e na contabilidade de custos
- 4.4.3. Classificação dos custos

4.5. Sistemas de informação e Business Intelligence

- 4.5.1. Fundamentos e classificação
- 4.5.2. Fases e métodos de alocação de custos
- 4.5.3. Escolha do centro de custo e efeito

4.6. Orçamento e Controle de Gestão

- 4.6.1. O modelo orçamentário
- 4.6.2. O orçamento de capital
- 4.6.3. O orçamento operacional
- 4.6.5. Orçamento de Tesouraria
- 4.6.6. Controle orçamentário

4.7. Gestão de tesouraria

- 4.7.1. Capital de giro contábil e capital de giro necessário
- 4.7.2. Cálculo dos requisitos operacionais de fundos
- 4.7.3. *Credit management*

4.8. Responsabilidade fiscal das empresas

- 4.8.1. Conceitos tributários básicos
- 4.8.2. Imposto de sociedades
- 4.8.3. Imposto sobre o valor agregado
- 4.8.4. Outros impostos relacionados com a atividade comercial
- 4.8.5. A empresa como facilitadora do trabalho do Estado

4.9. Sistemas de controle das empresas

- 4.9.1. Análise das demonstrações financeiras
- 4.9.2. O balanço da empresa
- 4.9.3. A Demonstração de Resultados
- 4.9.4. O Fluxo de Caixa
- 4.9.5. Análise de Índices

4.10. Gestão Financeira

- 4.10.1. As decisões financeiras da empresa
- 4.10.2. O departamento financeiro
- 4.10.3. Excedentes de tesouraria
- 4.10.4. Riscos associados à gestão financeira
- 4.10.5. Gestão de riscos na direção financeira

4.11. Planejamento Financeiro

- 4.11.1. Definição do planejamento financeiro
- 4.11.2. Ações a serem realizadas no planejamento financeiro
- 4.11.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
- 4.11.4. Demonstrativo de *Cash Flow*
- 4.11.5. Demonstrativo de Capital Circulante

4.12. Estratégia Financeira Corporativa

- 4.12.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
- 4.12.2. Produtos financeiros para financiamento empresarial

4.13. Contexto Macroeconômico

- 4.13.1. Contexto macroeconômico
- 4.13.2. Indicadores econômicos relevantes
- 4.13.3. Mecanismos de controle de grandezas macroeconômicas
- 4.13.4. Os ciclos econômicos

4.14. Financiamento Estratégico

- 4.14.1. Autofinanciamento
- 4.14.2. Aumento de fundos próprios
- 4.14.3. Recursos Híbridos
- 4.14.4. Financiamento por meio de intermediários

4.15. Mercados monetários e de capitais

- 4.15.1. Mercado Monetário
- 4.15.2. Mercado de Renda Fixa
- 4.15.3. Mercado de Renda Variável
- 4.15.4. Mercado de câmbio
- 4.15.5. Mercados de Derivativos

4.16. Análise e planejamento financeiro

- 4.16.1. Análise de Balanço de Situação
- 4.16.2. Análise da Conta de Lucros e Perdas
- 4.16.3. Análise de Rentabilidade

4.17. Análise e resolução de casos/ problemas

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

Módulo 5. Gestão Operacional e Logística**5.1. Direção e Gestão de Operações**

- 5.1.1. A função de operações
- 5.1.2. O impacto das operações na gestão das empresas
- 5.1.3. Introdução à estratégia de Operações
- 5.1.4. A Gestão de Operações

5.2. Organização industrial e logística

- 5.2.1. Departamento de Organização Industrial
- 5.2.2. Departamento de Logística

5.3. Estrutura e tipos de produção (MTS, MTO, ATO, ETO)

- 5.3.1. Sistemas de produção
- 5.3.2. Estratégia de produção
- 5.3.3. Sistemas de gestão de inventário
- 5.3.4. Indicadores de produção

5.4. Estrutura e tipos de suprimentos

- 5.4.1. Função do aprovisionamento
- 5.4.2. Gerenciamento de aquisições
- 5.4.3. Tipos de compras
- 5.4.4. Gestão eficiente de compras empresariais

- 5.4.5. Etapas do processo de decisão de compra

5.5. Controle econômico das compras

- 5.5.1. Influência econômico das compras
- 5.5.2. Centro de custos
- 5.5.3. Orçamentos
- 5.5.4. Orçamento x gasto real
- 5.5.5. Ferramentas de controle orçamentário

5.6. Controle das operações de armazéns

- 5.6.1. Controle de inventário
- 5.6.2. Sistema de localização
- 5.6.3. Técnicas de gestão de estoque
- 5.6.4. Sistemas de armazenamento

5.7. Gestão estratégica de compras

- 5.7.1. Estratégia Empresarial
- 5.7.2. Planejamento estratégico
- 5.7.3. Estratégia de compras

5.8. Tipologia da cadeia de suprimentos (SCA)

- 5.8.1. Cadeia de abastecimento
- 5.8.2. Benefícios da gestão da cadeia de suprimentos
- 5.8.3. Cadeia de abastecimento

5.9. Supply Chain management

- 5.9.1. Conceito de gestão da cadeia de suprimentos (SCA)
- 5.9.2. Custos e eficiência da cadeia de operações
- 5.9.3. Padrões de Demanda
- 5.9.4. Estratégia de operações e mudança

5.10. Interações do SCA com todas as áreas

- 5.10.1. Interação da cadeia de suprimentos
- 5.10.2. Interação da cadeia de suprimentos. Integração por partes
- 5.10.3. Problemas de integração da cadeia de suprimentos
- 5.10.4. Cadeia de suprimentos 4.0

5.11. Custos logísticos

- 5.11.1. Custos logísticos
- 5.11.2. Problemas de custos logísticos
- 5.11.3. Otimização dos custos logísticos

5.12. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas: KPIS

- 5.12.1. Cadeia logística
- 5.12.2. Rentabilidade e eficiência da cadeia logística
- 5.12.3. Indicadores de rentabilidade e eficiência da cadeia logística

5.13. Gestão de processos

- 5.13.1. Gestão de processos
- 5.13.2. Abordagem baseada em processos: mapa de processos
- 5.13.3. Melhorias na gestão de processos

5.14. Distribuição e logística de transportes

- 5.14.1. Distribuição na cadeia de suprimentos
- 5.14.2. Logística de Transportes
- 5.14.3. Sistemas de Informação Geográfica como suporte à Logística

5.15. Logística e clientes

- 5.15.1. Análise de Demanda
- 5.15.2. Previsão de Demanda e Vendas
- 5.15.3. Planejamento de Vendas e Operações
- 5.15.4. Planejamento participativo, previsão e reabastecimento (CPFR)

5.16. Logística internacional

- 5.16.1. Processos de exportação e importação
- 5.16.2. Aduanas
- 5.16.3. Formas e Meios de Pagamento Internacionais
- 5.16.4. Plataformas logísticas internacionais

5.17. Outsourcing de operações

- 5.17.1. Gestão de Operações e *Outsourcing*
- 5.17.2. Implementação do outsourcing em ambientes logísticos

5.18. Competitividade em operações

- 5.18.1. Gerenciamento de Operações
- 5.18.2. Competitividade operacional
- 5.18.3. Estratégia de Operações e vantagens competitivas

5.19. Gestão da qualidade

- 5.19.1. Cliente interno e cliente externo
- 5.19.2. Os custos da qualidade
- 5.19.3. A melhoria contínua e a filosofia *Deming*

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

6.1. Meios tecnológicos

- 6.1.1. Tecnologia e globalização
- 6.1.2. Ambiente econômico e tecnologia
- 6.1.3. Ambiente tecnológico e seu impacto nas empresas

6.2. Sistemas e tecnologias da informação na empresa

- 6.2.1. Evolução do modelo de TI
- 6.2.2. Organização e departamento de TI
- 6.2.3. A tecnologia da informação e o ambiente econômico

6.3. Estratégia corporativa e estratégia tecnológica

- 6.3.1. Criação de valor para clientes e acionistas
- 6.3.2. Decisões estratégicas SI/TI
- 6.3.3. Estratégia corporativa vs. tecnologia e estratégia digital

6.4. Gestão de Sistemas de Informação

- 6.4.1. Governança Corporativa da tecnologia e sistemas de informação
- 6.4.2. Direção dos sistemas de informação nas empresas
- 6.4.3. Executivos especializados em sistemas de informação: papéis e funções

6.5. Planejamento estratégico de sistemas de informação

- 6.5.1. Sistemas de informação e estratégia corporativa
- 6.5.2. Planejamento estratégico de sistemas de informação
- 6.5.3. Fases do planejamento estratégico de sistemas de informação

6.6. Sistemas de informação para tomada de decisões

- 6.6.1. *Business intelligence*
- 6.6.2. *Data Warehouse*
- 6.6.3. BSC ou Balanced Scorecard

6.7. Explorando a informação

- 6.7.1. SQL: bancos de dados relacionais. Conceitos básicos
- 6.7.2. Redes e comunicações
- 6.7.3. Sistema operacional: modelos de dados padronizados
- 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP (Online Analytical Processing), modelo multidimensional e *dashboards* gráficos
- 6.7.5. Análise estratégica de banco de dados e elaboração de relatórios

6.8. *Business Intelligence* empresarial

- 6.8.1. O mundo dos dados
- 6.8.2. Conceitos relevantes
- 6.8.3. Principais características
- 6.8.4. Soluções no mercado atual
- 6.8.5. Arquitetura geral de uma solução BI
- 6.8.6. Cibersegurança em BI e Data Science

6.9. Novo conceito empresarial

- 6.9.1. Por que a BI?
- 6.9.2. Obtenção da Informação
- 6.9.3. BI nos diferentes departamentos da empresa
- 6.9.4. Razões para investir em BI

6.10. Ferramentas e soluções de BI

- 6.10.1. Como escolher a melhor ferramenta?
- 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
- 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
- 6.10.4. Prometeus

6.11. Planejamento e gestão do Projeto BI

- 6.11.1. Primeiros passos para definir um projeto de BI
- 6.11.2. Solução BI para sua empresa
- 6.11.3. Requisitos e objetivos

6.12. Aplicações de gestão corporativa

- 6.12.1. Sistemas de informação e gestão corporativa
- 6.12.2. Aplicações para a gestão corporativa
- 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* ou ERP

6.13. Transformação Digital

- 6.13.1. Estrutura Conceitual para Transformação Digital
- 6.13.2. Transformação digital: elementos-chave, benefícios e desvantagens
- 6.13.3. Transformação digital nas empresas

6.14. Tecnologias e tendências

- 6.14.1. Principais tendências no campo da tecnologia que estão mudando os modelos de negócios
- 6.14.2. Análise das principais tecnologias emergentes

6.15. *Outsourcing* de TI

- 6.15.1. Estrutura Conceitual de *Outsourcing*
- 6.15.2. *Outsourcing* de TI e seu impacto nos negócios
- 6.15.3. Principais elementos para implementar projetos corporativos de *outsourcing* de TI

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégico e Comunicação Corporativa**7.1. Gestão Comercial**

- 7.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
- 7.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
- 7.1.3. O papel dos gerentes comerciais

7.2. Marketing

- 7.2.1. Conceito de Marketing
- 7.2.2. Noções básicas de marketing
- 7.2.3. Atividades de marketing da empresa

7.3. Gestão estratégica de Marketing

- 7.3.1. Conceito de marketing estratégico
- 7.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
- 7.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing

7.4. Marketing digital e e-commerce

- 7.4.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
- 7.4.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
- 7.4.3. Comércio eletrônico: contexto geral
- 7.4.4. Categorias do comércio eletrônico
- 7.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional

7.5. Managing digital business

- 7.5.1. Estratégia competitiva diante do aumento da digitalização da mídia
- 7.5.2. Design e criação de um plano de Marketing Digital
- 7.5.3. Análise do ROI em um plano de Marketing Digital

7.6. Marketing digital para fortalecer a marca

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

7.7. Estratégia de Marketing Digital

- 7.7.1. Definir a estratégia de Marketing Digital
- 7.7.2. Ferramentas de uma estratégia de Marketing Digital

7.8. Marketing Digital para atrair e fidelizar clientes

- 7.8.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
- 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
- 7.8.3. Hipersegmentação

7.9. Gerenciamento de campanhas digitais

- 7.9.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
- 7.9.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
- 7.9.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital

7.10. Plano de marketing online

- 7.10.1. O que é um plano de marketing online?
- 7.10.2. Passos para criar um plano de marketing online
- 7.10.3. Vantagens de ter um plano de marketing online

7.11. Blended marketing

- 7.11.1. O que é *Blended Marketing*?
- 7.11.2. Diferenças entre Marketing Online e Offline
- 7.11.3. Aspectos a ter em conta na estratégia de *Blended Marketing*
- 7.11.4. Características de uma estratégia de *Blended Marketing*
- 7.11.5. Recomendações em *Blended Marketing*
- 7.11.6. Benefícios do *Blended Marketing*

7.12. Estratégia de Vendas

- 7.12.1. Estratégia de Vendas
- 7.12.2. Métodos de Vendas

7.13. Comunicação Corporativa

- 7.13.1. Conceito
- 7.13.2. Importância da comunicação na organização
- 7.13.3. Tipo de comunicação na organização
- 7.13.4. Função da comunicação na organização
- 7.13.5. Elementos da comunicação
- 7.13.6. Problemas de comunicação
- 7.13.7. Cenários da comunicação

7.14. Estratégia de Comunicação Corporativa

- 7.14.1. Motivação, ação social, participação e programas de capacitação com RH
- 7.14.2. Ferramentas de comunicação interna e mídia
- 7.14.3. O plano de comunicação interna

7.15. Comunicação e reputação digital

- 7.15.1. Reputação online
- 7.15.2. Como medir a reputação digital?
- 7.15.3. Ferramentas de reputação online
- 7.15.4. Relatório de reputação online
- 7.15.5. *Branding* online

Módulo 8. Pesquisa de Mercado, Publicidade e Gestão Comercial

8.1. Pesquisa de Mercado

- 8.1.1. Investigação de mercado: origem histórica
- 8.1.2. Análise e evolução do marco conceitual da pesquisa de mercado
- 8.1.3. Elementos-chave e contribuição de valor da pesquisa de mercado

8.2. Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa

- 8.2.1. Tamanho da amostra
- 8.2.2. Amostragem
- 8.2.3. Tipos de técnicas quantitativas

8.3. Métodos e Técnicas de Pesquisa qualitativas

- 8.3.1. Tipos de pesquisa qualitativa
- 8.3.2. Técnicas de pesquisa qualitativa

8.4. Segmentação de Mercado

- 8.4.1. Conceito de segmentação de mercados
- 8.4.2. Utilidade e requisitos de segmentação
- 8.4.3. Segmentação de mercados de consumo
- 8.4.4. Segmentação de mercado industriais
- 8.4.5. Estratégias de segmentação
- 8.4.6. A segmentação baseada em critérios do marketing-mix
- 8.4.7. Metodologia de segmentação de mercado

8.5. Gestão de Projetos de Pesquisa

- 8.5.1. Pesquisa de mercado como um processo
- 8.5.2. Fases de planejamento na pesquisa de mercado
- 8.5.3. Fases de execução na pesquisa de mercado
- 8.5.4. Gestão de Projetos de Pesquisa

8.6. Pesquisa de mercado internacional

- 8.6.1. Pesquisa de mercado internacional
- 8.6.2. Processo de pesquisa de mercado internacional
- 8.6.3. A importância das fontes secundárias na pesquisa internacional

8.7. Os estudos de viabilidade

- 8.7.1. Conceito e utilidade
- 8.7.2. Esquema de estudo de viabilidade
- 8.7.3. Desenvolvimento de estudo de viabilidade

8.8. Propaganda

- 8.8.1. Antecedentes históricos da Publicidade
- 8.8.2. Marco conceitual da Publicidade; princípios, conceito de briefing e posicionamento
- 8.8.3. Agências de publicidade, agências de mídia e profissionais da publicidade
- 8.8.4. Importância da publicidade nos negócios
- 8.8.5. Tendências e desafios da publicidade

8.9. Desenvolvimento do plano de Marketing

- 8.9.1. Conceito do plano de Marketing
- 8.9.2. Análise e diagnóstico da situação
- 8.9.3. Decisões estratégicas de marketing
- 8.9.4. Decisões operacionais de marketing

8.10. Estratégias promocionais e Merchandising

- 8.10.1. Comunicação de Marketing Integrado
- 8.10.2. Plano de comunicação publicitária
- 8.10.3. O *Merchandising* como técnica de comunicação

8.11. Planejamento da mídia

- 8.11.1. Origem e evolução do planejamento dos meios de comunicação
- 8.11.2. Os meios de comunicação
- 8.11.3. Plano de mídia

8.12. Fundamentos da Gestão Comercial

- 8.12.1. A função da Gestão Comercial
- 8.12.2. Sistemas de análise da situação competitiva da empresa/mercado
- 8.12.3. Sistemas de planejamento comercial da empresa
- 8.12.4. Principais estratégias competitivas

8.13. Negociações Comerciais

- 8.13.1. Negociações Comerciais
- 8.13.2. Questões psicológicas da negociação
- 8.13.3. Principais métodos de negociação
- 8.13.4. O processo de negociação

8.14. Tomada de decisões na gestão comercial

- 8.14.1. Estratégia Comercial e Estratégia Competitiva
- 8.14.2. Modelos de Tomada de Decisão
- 8.14.3. Análise e ferramentas de tomada de decisão
- 8.14.4. Comportamento humano na tomada de decisões

8.15. Direção e gestão da rede de vendas

- 8.15.1. Sales Management. Gestão de vendas
- 8.15.2. Redes a Serviço da Atividade Comercial
- 8.15.3. Políticas de seleção e capacitação de vendedores
- 8.15.4. Sistemas de remuneração das redes comerciais próprias e externas
- 8.15.5. Gestão do processo comercial. Controle e apoio ao trabalho dos comerciais com base em informações

8.16. Implementação da Função Comercial

- 8.16.1. Contratação de comerciais próprios e agentes comerciais
- 8.16.2. Controle da Atividade Comercial
- 8.16.3. O código deontológico da equipe comercial
- 8.16.4. Conformidade Regulatória
- 8.16.5. Normas comerciais de conduta geralmente aceitas

8.17. Gerenciamento de Key Accounts

- 8.17.1. Conceito da Gestão de Contas-Chave
- 8.17.2. O *Key Account Manager*
- 8.17.3. Estratégia da Gestão de Contas-Chave

8.18. Gestão Financeira e Orçamentária

- 8.18.1. O ponto de equilíbrio
- 8.18.2. O orçamento de vendas. Controle de gestão e do plano anual de vendas
- 8.18.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas comerciais
- 8.18.4. Gestão do ciclo, rotações, rentabilidade e liquidez
- 8.18.5. Conta de resultados

Módulo 9. Inovação e Gestão de Projetos

9.1. Inovação

- 9.1.1. Introdução à inovação
- 9.1.2. Inovação no ecossistema empresarial
- 9.1.3. Instrumentos e ferramentas para o processo de inovação empresarial

9.2. Estratégia de Inovação

- 9.2.1. Inteligência estratégica em inovação
- 9.2.2. Estratégia de inovação

9.3. *Project Management* para Startups

- 9.3.1. Conceito de *startup*
- 9.3.2. Filosofia *Lean Startup*
- 9.3.3. Etapas do desenvolvimento de uma *startup*
- 9.3.4. O papel de um gestor de projetos em uma *startup*

9.4. Design e validação do modelo de negócio

- 9.4.1. Marco Conceitual de um modelo de negócios
- 9.4.2. Design e validação de modelos de negócio

9.5. Direção e Gestão de Projetos

- 9.5.1. Direção e Gestão de projetos: identificação de oportunidades para desenvolver projetos corporativos de inovação
- 9.5.2. Principais etapas ou fases da direção e gestão de projetos de inovação

9.6. Gestão de mudanças em projetos: gestão da capacitação

- 9.6.1. Conceito da Gestão de Mudanças
- 9.6.2. O Processo da Gestão de Mudanças
- 9.6.3. A implementação da mudança

9.7. Gestão da comunicação de projetos

- 9.7.1. Gestão das comunicações do projeto
- 9.7.2. Conceitos chave para a gestão das comunicações
- 9.7.3. Tendências emergentes
- 9.7.4. Adaptações à equipe
- 9.7.5. Planejamento da gestão das comunicações
- 9.7.6. Gerenciando as comunicações
- 9.7.7. Monitoramento das comunicações

9.8. Metodologias tradicionais e inovadoras

- 9.8.1. Metodologias inovadoras
- 9.8.2. Princípios básicos do Scrum
- 9.8.3. Diferenças entre os aspectos principais do Scrum e as metodologias tradicionais

9.9. Criação de uma *startup*

- 9.3.1. Criação de uma *startup*
- 9.3.2. Organização e cultura
- 9.3.3. Os 10 principais motivos do fracasso das *startups*
- 9.3.4. Aspectos legais

9.10. Planejamento da gestão de riscos em projetos

- 9.10.1. Planejar riscos
- 9.10.2. Elementos para criar um plano de gestão de riscos
- 9.10.3. Ferramentas para criar um plano de gestão de riscos
- 9.10.4. Conteúdo do plano de gestão de riscos

Módulo 10. Gestão Executiva**10.1. Management**

- 10.1.1. Conceito de Geral Management
- 10.1.2. A ação do gerente geral
- 10.1.3. O Gerente Geral e suas funções
- 10.1.4. Transformando o trabalho de gestão

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

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

10.3. Gestão operacional

- 10.3.1. Importância da gestão
- 10.3.2. A cadeia de valor
- 10.3.3. Gestão de Qualidade

10.4. Oratória e capacitação do porta-voz

- 10.4.1. Comunicação interpessoal
- 10.4.2. Habilidades de comunicação e influência
- 10.4.3. Obstáculos à comunicação

10.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais

- 10.5.1. A comunicação interpessoal
- 10.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 10.5.3. A comunicação na organização
- 10.5.4. Ferramentas na organização

10.6. Comunicação em situações de crise

- 10.6.1. Crise
- 10.6.2. Fases da crise
- 10.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos

10.7. Preparando um plano de crise

- 10.7.1. Análise de problemas potenciais
- 10.7.2. Planejamento
- 10.7.3. Adequação de pessoal

10.8. Inteligência emocional

- 10.8.1. Inteligência emocional e comunicação
- 10.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
- 10.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional

10.9. Branding pessoal

- 10.9.1. Estratégias para o branding pessoal
- 10.9.2. Leis de branding pessoal
- 10.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marcas

10.10. Liderança e gestão de equipes

- 10.10.1. Liderança e estilos de liderança
- 10.10.2. Competências e desafios do líder
- 10.10.3. Gestão de processos de Mudança
- 10.10.4. 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



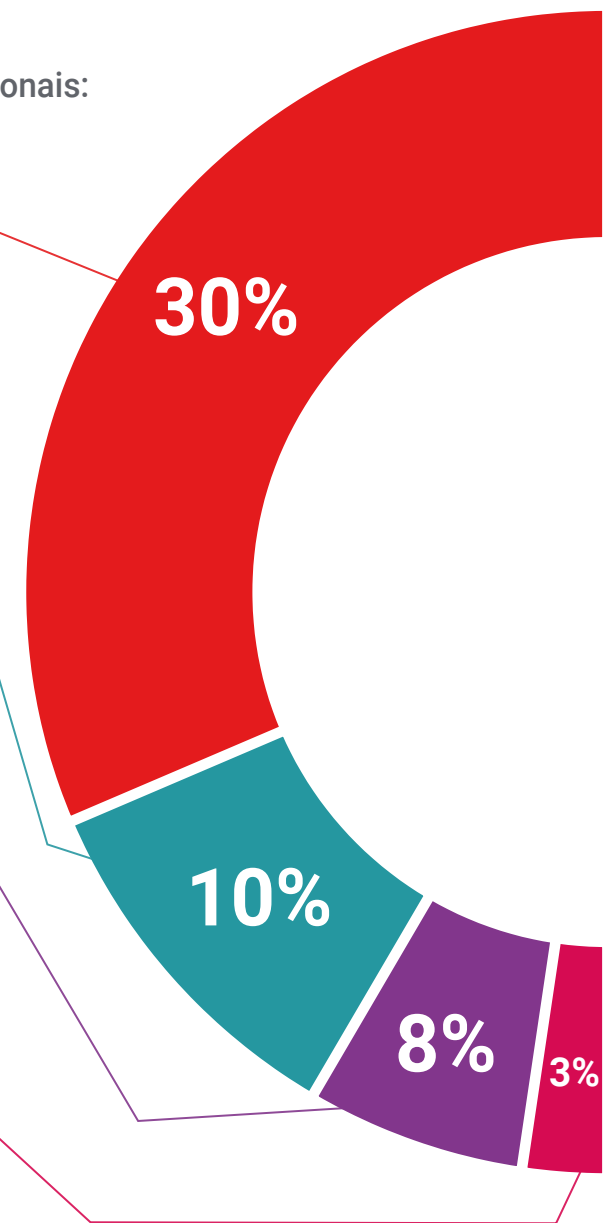
Práticas de habilidades gerenciais

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

Essa capacitação destina-se a graduados e formados universitários que tenham concluído anteriormente qualquer uma das seguintes certificações na área de Ciências Sociais, Administrativas e Econômicas.

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

O Programa também poderá ser realizado por profissionais graduados em qualquer área com dois anos de experiência de trabalho na área de CEO (Chief Executive Officer).





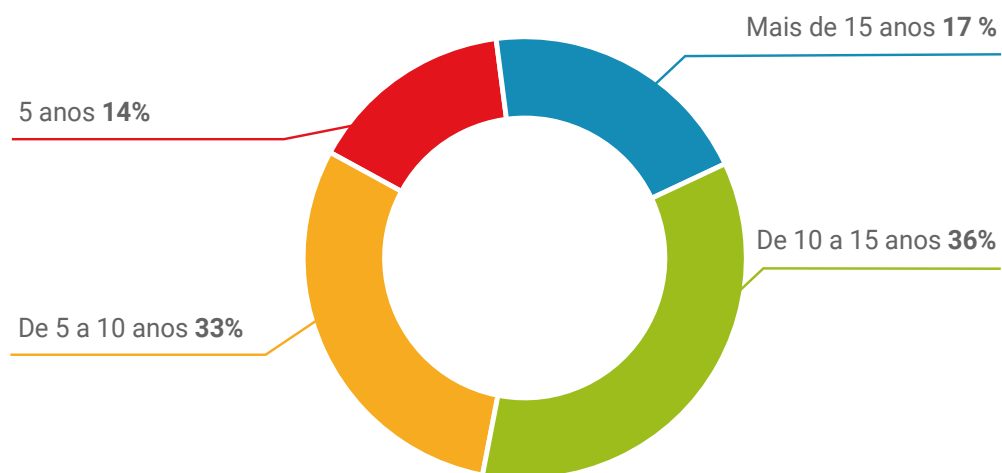
“

Se você tem experiência como CEO e deseja aprimorar sua trajetória profissional, este é o programa ideal para você!”

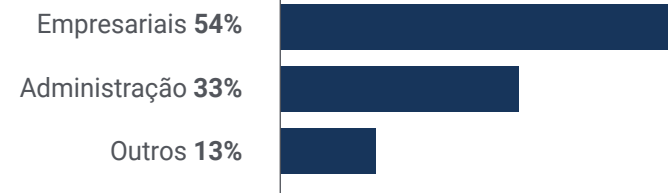
Média de idade

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

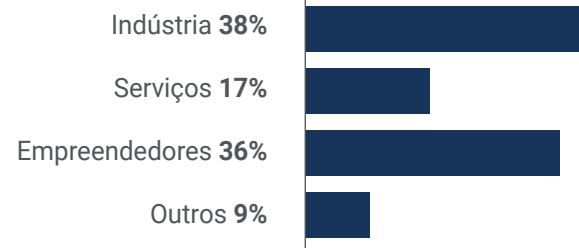
Anos de experiência



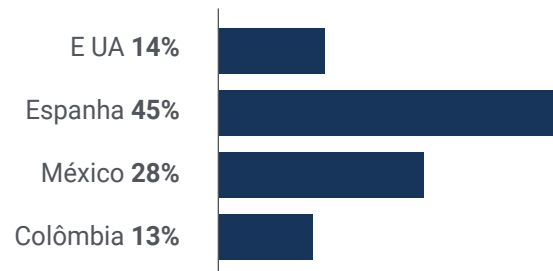
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Ignacio Fernández

CEO

"Minha experiência neste Executive MBA foi transformadora. Antes de participar deste programa, eu ocupava uma posição de liderança em minha empresa, mas sentia que faltava algo para impulsionar minha percepção rumo a um novo patamar. Este programa expandiu minha compreensão em áreas críticas de negócios, como estratégia, finanças e liderança. Além disso, o acesso a recursos exclusivos mostrou-se extremamente valioso. Atualmente, como CEO, posso afirmar que esse MBA não apenas impulsionou minha carreira, mas também exerceu um impacto positivo em nossa empresa. Sem dúvida, eu recomendo este programa a qualquer pessoa que almeje um crescimento profissional significativo"

09

Direção do curso

A equipe de professores deste Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) é composta por profissionais altamente qualificados e experientes em diversos campos empresariais. Os membros deste corpo docente não apenas possuem uma formação acadêmica sólida, mas também uma ampla experiência prática no mundo dos negócios, muitas vezes provenientes de cargos executivos ou consultoria empresarial. Além disso, sua abordagem não se baseia apenas na teoria, mas também na aplicação prática dos conceitos de negócios, proporcionando ao aluno uma capacitação abrangente e diretamente aplicável ao atual ambiente de negócios.



“

Aproveite um corpo docente com experiência em gestão empresarial, incluindo temas dedicados à estratégia de negócios, tendências globais, inovação e liderança eficaz”

Direção



Sr. Carlos Atxoña Ledesma Carrillo

- ♦ Especialista em Negócios Internacionais e Consultoria Jurídica para Empresas
- ♦ Responsável pela Área Internacional na Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Consultor Jurídico na Transporte Interurbanos de Tenerife SA
- ♦ Gerente Jurídico na AvalonBiz Consulting Group SL
- ♦ Docente em cursos voltados para Proteção de Dados
- ♦ Doutorado em Desenvolvimento Regional pela Universidade de La Laguna
- ♦ Formado em Direito pela Universidade de La Laguna
- ♦ Formado em Gestão de Projetos pela Universidade Rey Juan Carlos
- ♦ MBA em Administração e Direção de Empresas pela Universidade Europeia de Canárias



Professores

Sr. Alexis José González Peña

- ♦ Diretor da Área Financeira na CajaSiete Caja Rural
- ♦ Auditor Interno Sênior no Bankia
- ♦ Auditor Interno Sênior na Caja Insular de Ahorros de Canarias
- ♦ Experiência como Auditor Sênior na Deloitte
- ♦ Formado em Administração de Empresas pela Universidade de Las Palmas de Gran Canaria
- ♦ Mestrado em Tributação e Assessoria Fiscal pelo Centro de Estudos Financeiros
- ♦ Executive Máster em Administração Financeira e Finanças Avançadas pelo Instituto Superior en Técnicas y Prácticas Bancárias
- ♦ Especialista em Planeamento Financeiro e Controle de Gestão Bancária pela Analistas Financeiros Internacionais
- ♦ Especialista em Desenvolvimento Gerencial em Gestão de Carteiras pela Analistas Financeiros Internacionais

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.



“

Gerar uma mudança positiva em sua carreira profissional, esse é o nosso desafio. Estamos totalmente comprometidos em ajudar você a conseguir isto"

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

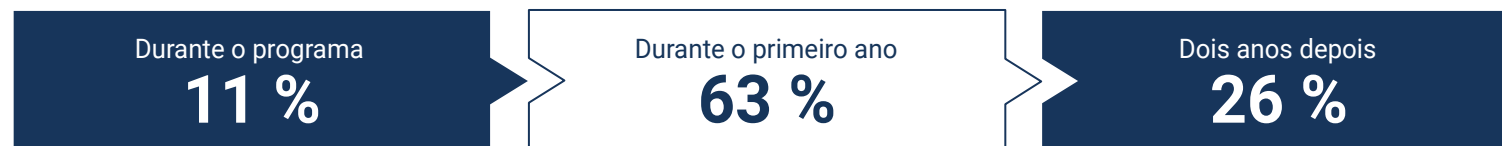
O Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) da TECH é um programa intensivo que lhe prepara para enfrentar desafios e decisões empresariais em uma posição de CEO. Seu principal objetivo é promover seu crescimento pessoal e profissional. Ajudando você a obter sucesso.

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

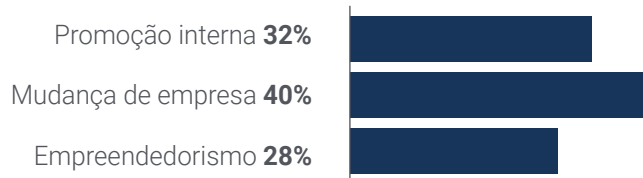
Aproveite esta oportunidade única e matricule-se hoje mesmo neste Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer) e impulsione sua carreira profissional.

Você terá à sua disposição uma extensa biblioteca com os recursos multimídia mais inovadores! Na TECH você encontrará todos os aspectos importantes para aprimorar seus conhecimentos.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa pode significar um aumento salarial anual de mais de 26,24% para nossos alunos.



11

Benefícios para a sua empresa

Este programa contribui para elevar o talento da organização ao seu potencial máximo, através da capacitação de líderes de alto nível.

Além disso, participar desta jornada acadêmica é uma oportunidade única de acessar uma poderosa rede de contatos, onde será possível encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Na era digital, os gestores precisam integrar novos processos e estratégias que promovam mudanças significativas e um desenvolvimento organizacional. Isso só é possível por meio de uma capacitação e atualização universitária”

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 MBA (CEO, Chief Executive Officer) garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio em Executive MBA (CEO, Chief Executive Officer)** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

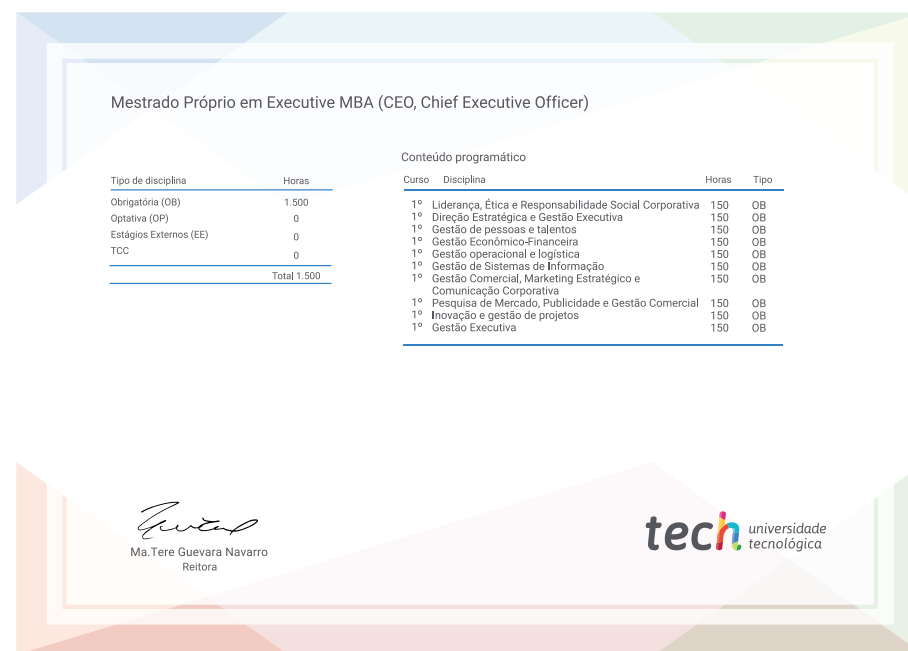
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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: **Mestrado Próprio em Executive MBA (CEO, Chief Executive 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.



Mestrado Próprio
Executive MBA
(CEO, Chief Executive Officer)

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

Mestrado Próprio

Executive MBA

(CEO, Chief Executive Officer)

