

Mestrado Próprio

MBA em Gestão Técnica de
Data Science nos Negócios



tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

MBA em Gestão Técnica de Data Science nos Negócios

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

Acesso ao site: www.techtute.com/br/informatica/mestrado-proprio/mestrado-proprio-mba-gestao-tecnica-data-science-negocios

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 16

04

Direção do curso

pág. 20

05

Estrutura e conteúdo

pág. 42

06

Metodologia

pág. 58

07

Certificado

pág. 66

01

Apresentação

Esta capacitação intensiva é destinada aos interessados em alcançar um nível mais elevado de conhecimento sobre a Gestão Técnica de Data Science nos Negócios. Seu programa de ensino é diferenciado por sua criteriosa seleção de tecnologias, incluindo as mais recentemente incorporadas e requisitadas no mundo dos negócios. Além disso, a integração de módulos específicos para um aprimoramento da perspectiva de negócios e da gestão de equipes multidisciplinares, torna este programa exclusivo e capaz de abranger uma grande parte das necessidades educacionais de qualquer profissional que pretenda posicionar-se como referência em termos de conhecimento teórico e prático das mais recentes tecnologias.



“

Com os melhores sistemas de ensino a distância, este MBA permitirá uma aprendizagem contextualizada, aprendendo da forma adequada a parte prática fundamental”

Neste mundo atual de rápidas mudanças, a proliferação de novas tecnologias é uma constante. Estamos acostumados a ver ferramentas, plataformas ou tecnologias de ponta se tornarem obsoletas, com aplicabilidade reduzida no ambiente empresarial.

Da mesma forma, é totalmente natural que tecnologias inexistentes ou emergentes em nichos de mercado se tornem tendências em áreas mais gerais.

Sem dúvida, trata-se de um processo imparável e em constante evolução, o maior expoente da atual revolução tecnológica, impulsionando o profissional de TI a capacitar-se de forma contínua.

Considerando este cenário, o MBA em Gestão Técnica de Data Science nos Negócios apresenta-se como um completo programa de capacitação, incluindo as mais modernas tecnologias requisitadas no cenário empresarial.

Desta forma, em um exercício de síntese, tanto do ponto de vista técnico como de negócios, foram selecionados diversos temas que normalmente não são contemplados em outros programas de capacitação, visando proporcionar ao aluno os conhecimentos tecnológicos necessários para abordar os múltiplos e atuais problemas tecnológicos utilizando as técnicas mais adequadas e avançadas.

A combinação de assuntos faz deste Mestrado Próprio uma capacitação vanguardista orientada especialmente para os profissionais que visam aprender as tecnologias mais difundidas atualmente, bem como um maior conhecimento das mesmas.

O principal objetivo consiste em permitir ao aluno aplicar os conhecimentos adquiridos nesta capacitação em situações reais, reproduzindo as condições que poderão enfrentar futuramente, de uma maneira rigorosa e realista.

Por ser um formato 100% online, o estudante não precisa abrir mão de obrigações pessoais ou profissionais. Uma vez concluído o programa, o aluno terá atualizado seus conhecimentos e estará de posse de uma qualificação de grande prestígio, permitindo-lhe avançar no âmbito pessoal e profissional.

Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão Técnica de Data Science nos Negócios** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Tecnologia da Informação Avançada
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático oferece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ◆ Contém exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ◆ Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Um programa intensivo voltado ao crescimento profissional que possibilitará a intervenção em um setor com uma demanda crescente por profissionais"

“

Um programa altamente qualificado que permitirá ao aluno avançar de forma rápida e constante na aquisição de conhecimentos, respeitando o rigor científico de um método de ensino de categoria global”

O programa conta com profissionais do setor que trazem para esta capacitação toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras, além de especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Um programa inovador que permitirá a aquisição progressiva e completa dos conhecimentos necessários para trabalhar neste setor.

De forma abrangente, porém específica, este programa lhe conduzirá a um conhecimento fundamentado, no qual o engenheiro informático precisará para competir entre os melhores da área.



02

Objetivos

Esta especialização visa capacitar os profissionais no MBA em Gestão Técnica de Data Science nos Negócios, com os conhecimentos e habilidades necessários para realizar suas atividades, utilizando os protocolos e técnicas mais avançados do momento. Através de uma abordagem de trabalho totalmente adaptável ao aluno, este MBA irá conduzi-lo progressivamente na aquisição das competências que o impulsionarão para um nível profissional superior. Uma capacitação única, elaborada por profissionais com ampla experiência no setor.





“

Aprimore seus conhecimentos na área da tecnologia da informação, abrangendo seus aspectos mais avançados”



Objetivos gerais

- ◆ Analisar os sistemas ERP e CRM, sua contribuição e benefícios
- ◆ Projetar e selecionar de forma adequada as ferramentas ERP ou CRM para cada empresa
- ◆ Desenvolver cada etapa do ciclo de vida dos dados
- ◆ Estabelecer a estrutura regulamentar relacionada ao tratamento de dados
- ◆ Analisar o processo de mineração de dados
- ◆ Analisar uma plataforma web e otimizar seu funcionamento
- ◆ Avaliar as sessões e o tráfego para compreender melhor o público
- ◆ Analisar o marco legal de proteção de dados e sua relação com a futura regulamentação de sistemas baseados em inteligência artificial
- ◆ Desenvolver um conhecimento especializado em sistemas de manutenção, escaláveis e confiáveis
- ◆ Analisar os diferentes modelos de dados e seu impacto sobre as aplicações
- ◆ Analisar os modelos clássicos de sistemas e identificar as deficiências para seu uso em aplicações distribuídas
- ◆ Examinar o paradigma da computação distribuída e estabelecer o modelo de microserviço
- ◆ Adquirir conhecimentos especializados em IoT
- ◆ Desenvolver a arquitetura de referência e o *framework* tecnológico do IoT
- ◆ Analisar o conceito de metodologia ágil na gestão de projetos e desenvolver os elementos e processos do *framework* SCRUM
- ◆ Examinar e desenvolver os elementos do método KANBAN na gestão de projetos.
- ◆ Fundamentar a diferença de nossa empresa nos recursos intangíveis
- ◆ Identificar as oportunidades de melhoria através de uma atenção plena
- ◆ Apresentar um modelo de negócios baseado no fluxo com mudanças e incertezas em vez de "quebrar" a resistência
- ◆ Estimular a empresa utilizando a gestão das emoções como uma trajetória ao sucesso





Objetivos específicos

Módulo 1. Principais Sistemas de Gestão da Informação

- ◆ Desenvolver uma estratégia comercial
- ◆ Gerar conhecimento especializado para a tomada de decisões comerciais
- ◆ Projetar um sistema de *reporting* unificado
- ◆ Estabelecer a comunicação e a troca de informações entre departamentos da empresa e seus clientes.
- ◆ Transformar as informações para a tomada de decisões
- ◆ Desenvolver um plano de marketing para a fidelização do cliente
- ◆ Elaborar um plano de marketing para incrementar as vendas

Módulo 2. Tipos e ciclo de vida dos dados

- ◆ Gerar conhecimento especializado para conduzir a análise de dados
- ◆ Unificar dados diversos, garantir a consistência das informações
- ◆ Produzir informação relevante e eficaz, para a tomada de decisões
- ◆ Estabelecer as melhores práticas de gestão de dados de acordo com sua tipologia e uso
- ◆ Desenvolver as políticas de acesso e reutilização de dados
- ◆ Garantir a segurança e disponibilidade, integridade e confidencialidade das informações
- ◆ Utilizar ferramentas para a gestão dos dados (com R)

Módulo 3. Aprendizado de Máquinas

- ◆ Avaliar as habilidades adquiridas no processo de transformação da informação ao conhecimento.
- ◆ Desenvolver os diferentes tipos de aprendizado de máquina
- ◆ Analisar as métricas e métodos de validação de diferentes algoritmos de aprendizado de máquina
- ◆ Compilar as diferentes implementações de métodos de aprendizado de máquina

- ◆ Determinar os modelos de raciocínio probabilístico
- ◆ Estabelecer as bases de uma aprendizagem abrangente
- ◆ Demonstrar conhecimentos dos diferentes algoritmos do aprendizado de máquina

Módulo 4. Análise Web

- ◆ Gerar um conhecimento especializado no uso do Web Analytics
- ◆ Examinar a evolução e o desenvolvimento desde sua origem até a atualidade
- ◆ Estabelecer uma configuração ideal do Google Analytics, uma ferramenta de trabalho fundamental no marketing online
- ◆ Analisar o tráfego web para entender o comportamento do usuário
- ◆ Desenvolver métricas básicas e avançadas que nos permitirá avaliar os acessos ou interações com o site
- ◆ Determinar os parâmetros de acompanhamento: métricas e dimensões
- ◆ Configurar a ferramenta Google Analytics e o uso de tags de rastreamento no website
- ◆ Diferenciar entre as duas versões existentes do Google Analytics: UA vs GA4
- ◆ Determinar a organização e estrutura Universal Analytics: contas, propriedades e visualizações
- ◆ Analisar o comportamento do usuário através da interpretação de relatórios pré-determinados e/ou personalizados
- ◆ Avaliar os subconjuntos de tráfego do total de dados que vemos nos relatórios utilizando os segmentos
- ◆ Avaliar as conversões, otimizando a estratégia de marketing e tomando decisões baseadas nos resultados obtidos

Módulo 5. Regulamentos de gestão de dados

- ◆ Analisar a regulamentação de proteção de dados e normas relacionadas
- ◆ Examinar a regulamentação de proteção de dados e regulamentos relacionados
- ◆ Estabelecendo as bases que legitimam o processamento de dados pessoais
- ◆ Apresentar os direitos dos indivíduos em matéria de proteção de dados, seu exercício e atenção
- ◆ Avaliar os riscos visando a elaboração de um adequado Plano de Gestão de Riscos
- ◆ Identificar prováveis práticas a serem proibidas ou que possam ser avaliadas por alto risco decorrente de tecnologias que utilizam inteligência artificial
- ◆ Desenvolver as atividades e fases em que o processo de avaliação de impacto na proteção de dados está estruturado
- ◆ Concretizar medidas para oferecer soluções de conformidade
- ◆ Analisar as responsabilidades dos controladores e processadores
- ◆ Identificar as violações de não conformidade e penalidades associadas

Módulo 6. Sistemas escalonáveis e confiáveis de utilização de dados em massa

- ◆ Estabelecer os conceitos de confiabilidade, escalabilidade e capacidade de manutenção.
- ◆ Avaliar os modelos relacionais, documentais e de grafos
- ◆ Analisar o armazenamento estruturado na forma de logs, árvores B e outras estruturas utilizadas nos motores de dados
- ◆ Examinar os modelos de consistência e sua relação com o conceito de réplica
- ◆ Avaliar os diferentes modelos de réplicas e seus problemas associados
- ◆ Desenvolver os princípios fundamentais das transações distribuídas
- ◆ Examinar o particionamento e as chaves do banco de dados para que sejam balanceados

Módulo 7. Administração de sistemas para implantações distribuídas

- ◆ Desenvolver requisitos para aplicações distribuídas
- ◆ Utilizar as ferramentas mais avançadas para a exploração de aplicações distribuídas
- ◆ Analisar o uso de ferramentas de gestão de infraestrutura
- ◆ Examinar as ferramentas mais úteis para a implementação dos modelos IaaS e PaaS
- ◆ Desenvolver o modelo PaaS e algumas das ferramentas atualmente utilizadas em sua implementação
- ◆ Avaliar as ferramentas de monitoramento para sistemas distribuídos
- ◆ Propor técnicas de verificação e testes para plataformas distribuídas
- ◆ Analisar as opções mais utilizadas na implementação de plataformas Cloud

Módulo 8. Internet of Things

- ◆ Determinar o que é IoT (*Internet of Things*) e IIoT (*Industrial Internet of Things*)
- ◆ Analisar o consórcio de internet industrial
- ◆ Desenvolver a arquitetura de referência da IoT
- ◆ Examinar e classificar os sensores e dispositivos IoT
- ◆ Estabelecer os protocolos e tecnologias de comunicação utilizados em IoT
- ◆ Analisar os diferentes tipos de plataformas IoT
- ◆ Desenvolver os diferentes mecanismos de gestão de dados
- ◆ Estabelecer os requisitos de segurança na gestão de dados IoT
- ◆ Apresentar as diferentes áreas de aplicação de IoT

Módulo 9. Gestão de Projetos e Metodologias Ágeis

- ◆ Apresentar a metodologia PMI na gestão de projetos
- ◆ Estabelecer a diferença entre projeto, programa e portfólio de projetos
- ◆ Avaliar a evolução das organizações que trabalham com projetos
- ◆ Analisar quais são os ativos dos processos nas organizações
- ◆ Examinar a matriz de grupos de processos e áreas de conhecimento e analisar os processos que a compõem
- ◆ Apresentar a família de credenciais PMI na gestão de projetos
- ◆ Avaliar o contexto das Metodologias Ágeis para a gestão de projetos
- ◆ Desenvolver o Contexto VUCA (Volatilidade, Incerteza, Complexidade e Ambiguidade)
- ◆ Identificar os valores Ágeis
- ◆ Apresentar os 12 princípios do manifesto Ágil
- ◆ Analisar o *framework* Ágil SCRUM para a gestão de Projeto
- ◆ Desenvolver os pilares do Scrum
- ◆ Identificar e definir os valores do Scrum
- ◆ Estabelecer as funções em uma equipe Scrum
- ◆ Apresentar as cerimônias tipificadas em Scrum
- ◆ Avaliar os artefatos utilizados pela equipe Scrum
- ◆ Analisar os acordos de uma equipe Scrum
- ◆ Analisar as métricas para medição do rendimento de uma equipe Scrum
- ◆ Apresentar o *Framework* Ágil KANBAN para a gestão de projetos
- ◆ Analisar os elementos que compõem o método Kanban: valores, princípios e práticas gerais
- ◆ Identificar e definir os valores do Kanban

- ◆ Desenvolver os princípios do método Kanban
- ◆ Analisar as diferentes práticas gerais do método Kanban
- ◆ Analisar as métricas para medição do rendimento em Kanban
- ◆ Identificar e analisar as diferenças entre as três metodologias: PMI, Scrum y Kanban

Módulo 10. Comunicação, liderança e gestão de equipes

- ◆ Apresentar as habilidades de gestão necessárias para garantir o sucesso na empresa de tecnologia
- ◆ Propor um modelo de liderança adaptado as mudanças
- ◆ Estabelecer a inteligência emocional como uma ferramenta básica de gestão na empresa
- ◆ Analisar as oportunidades de melhoria através de *mentoring*, *coaching* e suas diferenças.
- ◆ Promover um elevado estado de consciência sobre a comunicação
- ◆ Aumentar a satisfação das pessoas na empresa e reduzir os níveis de estresse, melhorando as relações dos trabalhadores com os superiores ou funcionários, com os clientes e até mesmo no ambiente pessoal
- ◆ Desenvolver estratégias de negociação e resolução de conflitos na empresa tecnológica

Módulo 11. Liderança, Ética e Responsabilidade Social Corporativa

- ◆ Analisar o impacto da globalização na governança e no governo corporativo
- ◆ Avaliar a importância da liderança eficaz na direção e sucesso das empresas
- ◆ Definir as estratégias de gestão intercultural e sua relevância em ambientes empresariais diversos
- ◆ Desenvolver habilidades de liderança e entender os desafios atuais que os líderes enfrentam
- ◆ Determinar os princípios e práticas da ética empresarial e sua aplicação na tomada de decisões corporativas
- ◆ Estruturar estratégias para a implementação e melhoria da sustentabilidade e responsabilidade social nas empresas

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos

- ◆ Determinar a relação entre a direção estratégica e a gestão de recursos humanos
- ◆ Explorar as competências necessárias para a gestão eficaz de recursos humanos por competências
- ◆ Explorar as metodologias para a avaliação de desempenho e a gestão do desempenho
- ◆ Integrar as inovações na gestão de talentos e seu impacto na retenção e fidelização de pessoal
- ◆ Desenvolver estratégias para a motivação e o desenvolvimento de equipes de alto desempenho
- ◆ Propor soluções eficazes para a gestão da mudança e a resolução de conflitos nas organizações





Módulo 13. Gestão Econômico-Financeira

- ◆ Analisar o ambiente macroeconômico e sua influência no sistema financeiro nacional e internacional
- ◆ Definir os sistemas de informação e Business Intelligence para a tomada de decisões financeiras
- ◆ Diferenciar decisões financeiras chave e a gestão de riscos na direção financeira
- ◆ Avaliar estratégias para o planejamento financeiro e a obtenção de financiamento empresarial

Módulo 14. Gestão Comercial e Marketing Estratégico

- ◆ Estruturar o quadro conceitual e a importância da direção comercial nas empresas
- ◆ Explorar os elementos e atividades fundamentais do marketing e seu impacto na organização
- ◆ Determinar as etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- ◆ Avaliar estratégias para melhorar a comunicação corporativa e a reputação digital da empresa

Módulo 15. Gestão Executiva

- ◆ Definir o conceito de General Management e sua relevância na direção de empresas
- ◆ Avaliar as funções e responsabilidades do executivo na cultura organizacional
- ◆ Analisar a importância da gestão de operações e da gestão da qualidade na cadeia de valor
- ◆ Desenvolver a comunicação interpessoal e as habilidades de falar em público para a formação de porta-vozes

03

Competências

Uma vez aprovadas as avaliações do MBA em Gestão Técnica de Data Science nos Negócios, o aluno terá adquirido as competências profissionais necessárias para realizar um trabalho de qualidade, além de novas técnicas e habilidades para complementar os conhecimentos previamente adquiridos.



“

Por meio de um programa elaborado para impulsionar seu crescimento profissional, da maneira mais rápida e intensiva, você aumentará sua capacidade de intervir em todas as áreas de tecnologias de informação avançadas”



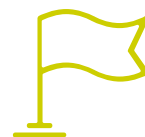
Competências gerais

- ♦ Atender às necessidades atuais na área das Tecnologias de Informação Avançadas

“

Uma experiência de capacitação única, essencial e decisiva para impulsionar seu desenvolvimento profissional”.





Competências específicas

- ◆ Especializar-se nos sistemas de informação mais utilizados
- ◆ Utilizar algoritmos, ferramentas e plataformas para aplicar técnicas de aprendizado de máquinas
- ◆ Conhecer os principais regulamentos relativos à gestão e proteção de dados corporativos
- ◆ Gestionar as arquiteturas específicas para o processamento de informações de alto volume para exploração empresarial
- ◆ Utilizar as principais tecnologias relativas a IoT e sua aplicabilidade em ambientes reais
- ◆ Realizar processos de análise web para compreender melhor o cliente potencial, como uma ferramenta chave para a gestão de ações estratégicas
- ◆ Gestionar projetos e pessoas de forma mais efetiva

04

Direção do curso

Seguindo sua máxima de oferecer uma educação de excelência para todos, a TECH conta com profissionais prestigiados para proporcionar ao aluno um sólido conhecimento na Gestão Técnica de Data Science nos Negócios. Este MBA conta com uma equipe altamente qualificada com uma vasta experiência no setor, que oferecerá as melhores ferramentas para o aluno desenvolver as suas competências durante o programa. Desta forma, o estudante conta com as garantias necessárias para se capacitar em nível internacional em um setor em expansão que lhe direcionará para o sucesso profissão.



“

Conduza sua carreira acadêmica com os melhores profissionais e adquira os conhecimentos e competências necessárias para progredir na área de TI”

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência no design e na direção de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento** e **estratégia tecnológica**. Ao longo de sua carreira profissional, ocupou cargos de liderança em várias organizações tecnológicas dentro de empresas da lista **Fortune 50**, como **NBC Universal** e **Comcast**. Sua trajetória lhe permitiu se destacar em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como **Vice-presidente de Aquisição de Talentos** na **Mastercard**, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talentos, colaborando com líderes empresariais e responsáveis de **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em especial, seu objetivo é **criar equipes diversas, inclusivas** e de **alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Ela também se encarrega de **amplificar a marca empregadora** e a proposta de valor da **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de inúmeros trabalhadores em diferentes empresas. Após obter sua graduação em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de **Miami**, ocupou cargos de liderança em recrutamento em empresas de diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida por sua habilidade em liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias** nos **processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Ela também implementou com sucesso programas de **bem-estar laboral** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção de funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos na Mastercard, Nova York, Estados Unidos
- Diretora de Aquisição de Talentos na 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 à sua espera na TECH para proporcionar um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que você está esperando para se matricular?"

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo da **Inteligência Empresarial** em âmbito internacional. Sua carreira de sucesso está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, esse especialista se destaca por sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

O executivo é considerado um **pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados** que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitadores da tomada de decisões. Essa habilidade se tornou o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações que buscavam **reunir informações e gerar ações concretas** a partir delas.

Um de seus projetos mais destacados nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do tipo no mundo, ancorada na nuvem e destinada à **análise de Big Data**. Além disso, ele atuou como **Diretor de Business Intelligence** na **Red Bull**, abrangendo áreas como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações de Cadeia de Suprimento**. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua inovação constante no uso da nova API do Walmart Luminare para insights de Compradores e Canais.

Quanto à sua formação, o executivo possui vários Mestrados e estudos de pós-graduação em instituições renomadas como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhague**, na Dinamarca. Através dessa capacitação contínua, o especialista alcançou competências de vanguarda. Assim, ele se tornou considerado um **líder nato da nova economia mundial**, focada no impulso dos dados e suas possibilidades infinitas.



Sr. Mick Gram

- Diretor de *Business Intelligence* e Análise na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- Arquiteto de soluções de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de *Business Intelligence* e *Data Science*
- Diretor de *Business Intelligence* na Capgemini
- Analista Chefe na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para a SAS
- Educação Executiva em IA e Machine Learning na UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executivo em e-commerce na Universidade de Copenhague
- Graduação e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhague

“

Estude na melhor universidade online do mundo de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de prestígio internacional”

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no setor de **Marketing Digital** que, por mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a **Warner Bros. Discovery**. Neste papel, teve uma função fundamental na **supervisão da logística** e dos **fluxos de trabalho criativos** em diversas plataformas digitais, incluindo redes sociais, busca, display e meios lineares.

A liderança deste executivo foi crucial para impulsionar **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou em uma notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Ao mesmo tempo, assumiu outros cargos, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua antiga gestão.

Além disso, Stevenson esteve envolvido na distribuição global de videogames e **campanhas de propriedade digital**. Também foi responsável por introduzir estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para **comerciais de televisão e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra sua habilidade em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre o uso da **Inteligência Artificial nos negócios**. Assim, seu perfil profissional se destaca como um dos mais relevantes no campo atual do **Marketing** e dos **Meios Digitais**.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia
- Graduação em Telecomunicações pela Universidade da Flórida

“

Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA irão orientá-lo ao longo de todo o processo de aprendizagem"

Diretor Internacional Convidado

O Dr. Eric Nyquist é um destacado profissional no âmbito esportivo internacional, que construiu uma carreira impressionante, destacando-se por sua liderança estratégica e habilidade para impulsionar mudanças e inovação em organizações esportivas de alto nível.

De fato, ele ocupou cargos de alto escalão, como Diretor de Comunicações e Impacto na NASCAR, sediada na Florida, Estados Unidos. Com muitos anos de experiência nesta organização, o Dr. Nyquist também ocupou várias posições de liderança, incluindo Vice-Presidente Sênior de Desenvolvimento Estratégico e Diretor Geral de Assuntos Comerciais, gerenciando mais de uma dúzia de disciplinas que vão desde o desenvolvimento estratégico até o Marketing de entretenimento.

Além disso, Nyquist deixou uma marca significativa nas principais franquias esportivas de Chicago. Como Vice-Presidente Executivo das franquias dos Chicago Bulls e dos Chicago White Sox ele demonstrou sua capacidade de impulsionar o sucesso empresarial e estratégico no mundo do esporte profissional.

Por último, é importante destacar que ele iniciou sua carreira no campo esportivo enquanto trabalhava em Nova York como principal analista estratégico para Roger Goodell na National Football League (NFL) e, anteriormente, como estagiário jurídico na Federação de Futebol dos Estados Unidos.



Sr. Eric Nyquist

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

“

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

Direção



Dr. Arturo Peralta Martín-Palomino

- ♦ CEO e CTO em Prometheus Global Solutions
- ♦ CTO em Korporate Technologies
- ♦ CTO em AI Shephers GmbH
- ♦ Consultor e Assessor Estratégico de Negócios da Alliance Medical
- ♦ Diretor de Design e Desenvolvimento da DocPath
- ♦ Doutorado em Engenharia da Computação pela Universidade de Castilla - La Mancha
- ♦ Doutorado em Economia, Negócios e Finanças pela Universidade Camilo José Cela
- ♦ Doutorado em Psicologia pela Universidade de Castilla - La Mancha
- ♦ Mestrado em Executive MBA pela Universidade Isabel I
- ♦ Mestrado em Gestão Comercial e de Marketing pela Universidade Isabel I
- ♦ Mestrado Especialista em Big Data por Formação Hadoop
- ♦ Mestrado em Tecnologia da Informação Avançada pela Universidade de Castilla-La Mancha
- ♦ Membro: Grupo de pesquisa SMILE

Professores

Dr. Andrés Montoro Montarroso

- ◆ Pesquisador no grupo SMILe da Universidade de Castilla-La Mancha
- ◆ Pesquisadora da Universidade de Granada
- ◆ Cientista de Dados na Prometeus Global Solutions
- ◆ Vice-presidente e desenvolvedor de software da CireBits
- ◆ Doutorado em Tecnologia da Informação Avançada pela Universidade de Castilla-La Mancha
- ◆ Graduado em Engenharia da Computação pela Universidade de Castilla - La Mancha
- ◆ Mestrado em Ciência de Dados e Engenharia da Computação pela Universidade de Granada
- ◆ Professor convidado na disciplina de Sistemas Baseados no Conhecimento, Escola Superior de Informática de Cidade Real, ministrando a conferência: *Técnicas Avançadas de Inteligência Artificial: Busca e análise de potenciais radicais nas mídias sociais*
- ◆ Professor convidado na disciplina de Mineração de dados, Escola Superior de Informática de Cidade Real, ministrando a conferência: *Aplicações de Processamento de Linguagem Natural: Lógica Difusa para a análise de mensagens em redes sociais*
- ◆ Palestrante no Seminário sobre Prevenção da Corrupção nas Administrações Públicas e Inteligência Artificial na Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais de Toledo, ministrando a palestra: *Técnicas de Inteligência Artificial*
- ◆ Palestrante no primeiro Seminário Internacional de Direito Administrativo e Inteligência Artificial (DAIA) Organizada pelo Centro de Estudos Europeus Luis Ortega Álvarez e pelo Instituto de Pesquisa TransJus. Conferência intitulada *Análise de Sentimentos para a prevenção do discurso de ódio nas redes sociais*

Sra. Cristina Palomino Dávila

- ◆ Consultora de Proteção de Dados e Segurança da Informação no Grupo Oesía
- ◆ Subdiretora de Auditoria na Secretaria Geral da Companhia Logística de Hidrocarbonetos CLH
- ◆ Consultora na Área de Relações Jurídicas Corporativas no Canal de Isabel II
- ◆ Consultora e Auditora na Helas Consultores SL
- ◆ Consultora e Auditora na Alaro Avant
- ◆ Advogada na Área de Novas Tecnologias na Lorenzo Advogados
- ◆ Formada em Direito pela Universidade de Castilla-La Mancha.
- ◆ Mestrado em Consultoria Jurídica para Empresas pelo Instituto de Empresa
- ◆ Curso Avançado em Segurança Digital e Gerenciamento de Crises pela Universidade de Alcalá e a de Alcalá e a Aliança Espanhola de Segurança e Crise (AESYC)
- ◆ Membro: Associação Profissional Espanhola de Privacidade (APEP) , ISMS Fórum

Sr. Luis Javier Peris Morillo

- ◆ Technical Lead na Capitole Consulting para a Inditex
- ◆ Senior Technical Lead e Delivery Lead Support na HCL Technologies
- ◆ Redator técnico na Baeldung
- ◆ Agile Coach e Diretor de Operações na Mirai Advisory
- ◆ Desenvolvedor, Team Lead, Scrum Master, Agile Coach e Product Manager na DocPath
- ◆ Tecnólogo na ARCO
- ◆ Graduado em Engenharia de Informática pela Universidade de Castilla-La Mancha
- ◆ Pós-graduado em Gestão de Projetos pela CEOE

Sra. Marta García La O

- ◆ Especialista em Marketing Digital e Redes Sociais
- ◆ Gestão, administração e *Account Management* na Think Planejamento e Desenvolvimento SI
- ◆ Instrutor de treinamento para altos gestores na Think Planejamento e Desenvolvimento SI
- ◆ Especialista em Marketing na Versas Consultores
- ◆ Formada em Ciências Empresariais pela Universidade de Murcia
- ◆ Mestrado em Gestão de Vendas e Marketing pela Fundesem Business School

Sr. Pedro García Niño

- ◆ Especialista em posicionamento Web e SEO
- ◆ Diretor de vendas de serviços de informática na Camuñase e Electrocamuñas
- ◆ Técnico especializado em hardware/software em Camuñase e Electrocamuñas
- ◆ Especialista em Google Ads (PPC e SEM)
- ◆ Especialista em SEO OnPage/OffPage
- ◆ Especialista em análise de marketing digital e medição de resultados

Sr. Rafael Tato Sánchez

- ◆ Diretor Técnico na Indra Sistemas SA
- ◆ Engenheiro de Sistemas na ENA TRÁFICO SAU
- ◆ Mestrado em Indústria 4.0 pela Universidade na Internet
- ◆ Mestrado em Engenharia Industrial pela Universidade Europeia
- ◆ Graduado em Engenharia Eletrônica Industrial e de Automação pela Universidade Europeia
- ◆ Engenheiro Técnico Industrial pela Universidade Politécnica de Madrid

Sr. Tobias Díaz Díaz-Chirón

- ◆ Consultor especialista em Telecomunicações
- ◆ Pesquisador no laboratório ArCO da Universidade de Castilla-La Mancha
- ◆ Consultor na Blue Telecom
- ◆ Freelance dedicado principalmente ao setor de telecomunicações, especializado

em redes 4G/5G

- ◆ OpenStack: deploy and administration
- ◆ Engenheiro Superior em Informática pela Universidade de Castilla-La Mancha
- ◆ Especialização em Arquitetura e Redes de Computadores
- ◆ Professor associado da Universidade de Castilla-La Mancha
- ◆ Palestrante no curso Sepecam sobre administração de redes

Sra. Yésica Martínez Cerrato

- ◆ Especialista em Educação, Negócios e Marketing
- ◆ Responsável por Capacitações Técnicas na Securitas Segurança Espanha
- ◆ *Product Manager* em Segurança Eletrônica na Securitas Segurança Espanha
- ◆ Analista de Inteligência Empresarial na Ricopia Technologies
- ◆ Técnico de Informática e Responsável por Salas de Informática OTEC na Universidade de Alcalá de Henares
- ◆ Colaboradora na Associação ASALUMA
- ◆ Graduado em Engenharia Eletrônica de Comunicações na Escola Politécnica Superior, Universidade de Alcalá de Henares



Sra. Galina Fernández Meléndez

- ◆ Especialista e Big Data
- ◆ Analista de Dados na Aresi Gestão de Fazendas
- ◆ Analista de Dados na ADN Mobile Solution
- ◆ Formado em Administração de Empresas pela Universidade Bicentenária de Aragua. Caracas, Venezuela
- ◆ Curso de Planejamento e Finanças Públicas pela Escola Venezuelana de Planejamento
- ◆ Mestrado em Análise de Dados e Inteligência de Negócios pela Universidade de Oviedo
- ◆ MBA em Administração e Direção de Empresas pela Escola de Negócios Europeia de Barcelona
- ◆ Mestrado em Big Data e Business Intelligence (Escola de Negócios Europeia de Barcelona)

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços neste campo e aplicá-los à sua prática diária”

05

Estrutura e conteúdo

Este plano de estudos foi elaborado baseando-se na eficácia educacional, com um conteúdo selecionado cuidadosamente para oferecer uma completa capacitação, que contempla as áreas de estudo essenciais para alcançar um conhecimento real do assunto. Com as últimas inovações e aspectos do setor. Portanto, foi estabelecido um plano de estudos com ampla perspectiva sobre a Gestão Técnica de Data Science nos Negócios. A partir do módulo 1 os alunos verão seus conhecimentos ampliados, o que permitirá se desenvolver profissionalmente, sabendo que podem contar com o apoio de uma equipe de especialistas.



“

Todos os assuntos e áreas de conhecimento foram compilados em um programa completo e absolutamente atualizado, a fim de levar o estudante ao mais alto nível teórico e prático”

Módulo 1. Principais Sistemas de Gestão da Informação

- 1.1. ERP e CRM
 - 1.1.1. ERP
 - 1.1.2. CRM
 - 1.1.3. Diferenças entre ERP, CRM. Ponto de vendas
 - 1.1.4. Êxito nos negócios
- 1.2. ERP
 - 1.2.1. ERP
 - 1.2.2. Tipos de ERP
 - 1.2.3. Desenvolvimento de um projeto de implementação de ERP
 - 1.2.4. ERP Otimizador de recursos
 - 1.2.5. Arquitetura de um sistema ERP
- 1.3. Informações fornecidas pelo ERP
 - 1.3.1. Informações fornecidas pelo ERP
 - 1.3.2. Vantagens e Desvantagens
 - 1.3.3. A informação
- 1.4. Sistemas ERP
 - 1.4.1. Sistemas e ferramentas atuais de ERP
 - 1.4.2. Tomada de decisões
 - 1.4.3. Dia-a-dia com um ERP
- 1.5. CRM: O projeto de implementação
 - 1.5.1. CRM Projeto de implementação
 - 1.5.2. CRM como uma ferramenta de negócios
 - 1.5.3. Estratégias para o sistema de informação
- 1.6. CRM: Fidelização do cliente
 - 1.6.1. Ponto de partida
 - 1.6.2. Vender ou Fidelizar
 - 1.6.3. Fatores para o sucesso em nosso sistema de fidelização
 - 1.6.4. Estratégias multicanais
 - 1.6.5. Design das ações de fidelização
 - 1.6.6. E-loyalties

- 1.7. CRM: campanhas de comunicação
 - 1.7.1. Ações e planos de comunicação
 - 1.7.2. Importância do cliente informado
 - 1.7.3. Ouvindo o cliente
 - 1.8. CRM: prevenção de clientes insatisfeitos
 - 1.8.1. Cancelamento de clientes
 - 1.8.2. Detecção precoce de erros
 - 1.8.3. Processos de melhoria
 - 1.8.4. Recuperação do cliente insatisfeito
 - 1.9. CRM: Ações especiais de comunicação
 - 1.9.1. Objetivos e planejamento de um evento na empresa
 - 1.9.2. Projeto e realização do evento
 - 1.9.3. Ações provenientes do departamento
 - 1.9.4. Análise de resultados
 - 1.10. Marketing de relacionamento
 - 1.10.1. Implantação. Erros
 - 1.10.2. Metodologia, segmentação e processos
 - 1.10.3. Atuação, de acordo com o departamento
 - 1.10.4. Ferramentas CRM
- ## Módulo 2. Tipos e ciclo de vida dos dados
- 2.1. Estatísticas
 - 2.1.1. Estatísticas: descritivas e inferências
 - 2.1.2. População, amostra, individual
 - 2.1.3. Variáveis: definição, escalas de medição
 - 2.2. Tipos de dados estatísticos
 - 2.2.1. De acordo com o tipo
 - 2.2.1.1. Quantitativos: dados contínuos e dados discretos
 - 2.2.1.2. Qualitativo: dados binomiais, dados nominais, dados ordinais
 - 2.2.2. De acordo com sua forma
 - 2.2.2.1. Numérico
 - 2.2.2.2. Texto
 - 2.2.2.3. Lógico

- 2.2.3. De acordo com a fonte
 - 2.2.3.1. Primários
 - 2.2.3.2. Secundários
- 2.3. Ciclo de vida dos dados
 - 2.3.1. Etapas do ciclo
 - 2.3.2. Marcos do ciclo
 - 2.3.3. Princípios FAIR
- 2.4. Etapas iniciais do ciclo
 - 2.4.1. Definição de objetivos
 - 2.4.2. Determinação de recursos necessários
 - 2.4.3. Diagrama de Gantt
 - 2.4.4. Estruturas dos dados
- 2.5. Coleta de dados
 - 2.5.1. Metodologia de coleta
 - 2.5.2. Ferramentas de coleta
 - 2.5.3. Canais de coleta
- 2.6. Limpeza de dados
 - 2.6.1. Fases da limpeza de dados
 - 2.6.2. Qualidade dos dados
 - 2.6.3. Manipulação de dados (com R)
- 2.7. Análise de dados, interpretação e avaliação dos resultados
 - 2.7.1. Medidas estatísticas
 - 2.7.2. Índices de relação
 - 2.7.3. Mineração de dados
- 2.8. Armazenamento de dados (Datawarehouse)
 - 2.8.1. Elementos que o compõem
 - 2.8.2. Desenho
 - 2.8.3. Aspectos a considerar
- 2.9. Disponibilidade de dados
 - 2.9.1. Acesso
 - 2.9.2. Utilidade
 - 2.9.3. Segurança

- 2.10. Aspectos regulamentares
 - 2.10.1. Lei Geral de Proteção de Dados
 - 2.10.2. Boas práticas
 - 2.10.3. Outros aspectos regulamentares

Módulo 3. Aprendizado de Máquinas

- 3.1. Conhecimento em bancos de dados
 - 3.1.1. Pré-processamento de dados
 - 3.1.2. Análise
 - 3.1.3. Interpretação e avaliação dos resultados
- 3.2. Machine Learning
 - 3.2.1. Aprendizagem supervisionada e não supervisionada
 - 3.2.2. Aprendizagem de reforço
 - 3.2.3. Aprendizagem semi-supervisionada. Outros modelos de aprendizagem
- 3.3. Classificação
 - 3.3.1. Árvores de decisão e aprendizagem baseada em regras
 - 3.3.2. Máquinas vetoriais de suporte (SVM) e algoritmos K Vizinhos mais próximos (KNN)
 - 3.3.3. Métricas para algoritmos de classificação
- 3.4. Regressão
 - 3.4.1. Regressão linear e Regressão logística
 - 3.4.2. Modelos de regressão não linear
 - 3.4.3. Análise de séries temporais
 - 3.4.4. Métricas para algoritmos de Regressão
- 3.5. Clustering
 - 3.5.1. Agrupamento hierárquico
 - 3.5.2. Agrupamento particional
 - 3.5.3. Métricas para algoritmos de Clustering
- 3.6. Regras de associação
 - 3.6.1. Medidas de interesse
 - 3.6.2. Métodos para extração de regras
 - 3.6.3. Métricas para algoritmos de regras de associação

- 3.7. Múltiplos Classificadores
 - 3.7.1. "Bootstrap aggregation" ou "bagging"
 - 3.7.2. Algoritmo de "Random Forests"
 - 3.7.3. Algoritmo de "Boosting"
- 3.8. Modelos de raciocínio probabilístico
 - 3.8.1. Raciocínio probabilístico
 - 3.8.2. Redes Bayesianas ou redes de crenças
 - 3.8.3. "Hidden Markov Models"
- 3.9. Perceptron Multicamadas
 - 3.9.1. Redes Neurais
 - 3.9.2. Aprendizado de máquinas com redes neurais
 - 3.9.3. Redução do gradiente, backpropagation e funções de ativação
 - 3.9.4. Implementação de uma rede neural artificial
- 3.10. Aprendizagem profunda
 - 3.10.1. Redes neural profundas Introdução
 - 3.10.2. Redes convolucionais
 - 3.10.3. Sequence Modeling
 - 3.10.4. Tensorflow e Pytorch

Módulo 4. Análise Web

- 4.1. Análise Web
 - 4.1.1. Introdução
 - 4.1.2. Evolução da Análise Web
 - 4.1.3. Processo de Análise
- 4.2. Google Analytics
 - 4.2.1. Google Analytics
 - 4.2.2. Uso
 - 4.2.3. Objetivos
- 4.3. Hits. Interações com o website
 - 4.3.1. Métricas básicas
 - 4.3.2. KPI (Key Performance Indicators)
 - 4.3.3. Taxas de conversão adequadas
- 4.4. Dimensões frequentes
 - 4.4.1. Fonte
 - 4.4.2. Médios
 - 4.4.3. Keyword
 - 4.4.4. Campanha
 - 4.4.5. Etiquetado personalizado
- 4.5. Configuração de Google Analytics
 - 4.5.1. Instalações Criação de conta
 - 4.5.2. Versões da ferramenta: UA/GA4
 - 4.5.3. Etiqueta de acompanhamento
 - 4.5.4. Objetivos de conversão
- 4.6. Organização do Google Analytics
 - 4.6.1. Conta
 - 4.6.2. Propriedade
 - 4.6.3. Vistas
- 4.7. Relatórios do Google Analytics
 - 4.7.1. Em tempo real
 - 4.7.2. Público
 - 4.7.3. Aquisição
 - 4.7.4. Comportamento
 - 4.7.5. Conversão
 - 4.7.6. Comércio eletrônico
- 4.8. Relatórios avançados do Google Analytics
 - 4.8.1. Relatórios customizados
 - 4.8.2. Painéis
 - 4.8.3. APIs
- 4.9. Filtros e segmentos
 - 4.9.1. Filtro
 - 4.9.2. Segmentação
 - 4.9.3. Tipos de segmentos: pré-definidos / customizados
 - 4.9.4. Listas de Remarketing

- 4.10. Plano de análise digital
 - 4.10.1. Medidas
 - 4.10.2. Implementação no ambiente tecnológico
 - 4.10.3. Conclusões

Módulo 5. Regulamentos de gestão de dados

- 5.1. Marco regulatório
 - 5.1.1. Marco regulatório e definições
 - 5.1.2. Controladores de dados, controladores conjuntos e processadores
 - 5.1.3. Próxima marco regulatório em matéria de inteligência artificial
- 5.2. Princípios relativos ao processamento de dados pessoais
 - 5.2.1. Licitude, lealdade, transparência e limitação de finalidades
 - 5.2.2. Minimização de dados, precisão e limitação do prazo de conservação
 - 5.2.3. Integridade e confidencialidade
 - 5.2.4. Responsabilidade proativa
- 5.3. Legitimação e autorização para processamento
 - 5.3.1. Base de legitimidade
 - 5.3.2. Direitos para o processamento de categorias especiais de dados
 - 5.3.3. Comunicação de dados
- 5.4. Direitos dos indivíduos
 - 5.4.1. Transparência e informação
 - 5.4.2. Acesso
 - 5.4.3. Retificação e supressão (direito a ser esquecido), limitação e portabilidade
 - 5.4.4. Oposição e decisões individuais automatizadas
 - 5.4.5. Limites aos direitos
- 5.5. Análise e gestão de risco
 - 5.5.1. Identificação dos riscos e ameaças aos direitos e liberdades das pessoas físicas
 - 5.5.2. Avaliação de risco
 - 5.5.3. Plano de tratamento de risco

- 5.6. Medidas proativas de responsabilidade
 - 5.6.1. Identificação de técnicas para garantir e credenciar a conformidade
 - 5.6.2. Medidas organizativas
 - 5.6.3. Medidas técnicas
 - 5.6.4. Gestão de violações de segurança de dados pessoais
 - 5.6.5. O Registro de atividades do tratamento
- 5.7. A Avaliação de Impacto da Proteção de Dados Pessoais (EIPD ou DPIA)
 - 5.7.1. Atividades que exigem LGPD
 - 5.7.2. Metodologias de avaliação
 - 5.7.3. Identificação de riscos, ameaças e consulta da autoridade controladora
- 5.8. Regulação contratual: responsáveis, encarregados e outros sujeitos
 - 5.8.1. Contratos de proteção de dados
 - 5.8.2. Atribuição de responsabilidades
 - 5.8.3. Contratos entre corresponsáveis
- 5.9. Transferências internacionais de dados
 - 5.9.1. Definição e garantias a serem adotadas
 - 5.9.2. Cláusulas contratuais tipo (CCTs)
 - 5.9.3. Outros instrumentos para regular as transferências
- 5.10. Infrações e sanções
 - 5.10.1. Infrações e sanções
 - 5.10.2. Critérios de graduação para penalidades
 - 5.10.3. O responsável pela proteção de dados
 - 5.10.4. Funções das autoridades de controle

Módulo 6. Sistemas escalonáveis e confiáveis de utilização de dados em massa

- 6.1. Escalabilidade, confiabilidade e capacidade de manutenção
 - 6.1.1. Escalabilidade
 - 6.1.2. Confiabilidade
 - 6.1.3. Capacidade de manutenção
- 6.2. Modelos de dados
 - 6.2.1. Evolução dos modelos de dados
 - 6.2.2. Comparação do modelo relacional com o modelo NoSQL baseado em documentos
 - 6.2.3. Modelo de grafos

- 6.3. Motores de armazenamento e recuperação de dados
 - 6.3.1. Armazenamento estruturado em logs
 - 6.3.2. Armazenamento em tabelas de segmentos
 - 6.3.3. Árvores B
- 6.4. Serviços, transmissão de mensagens e formatos de codificação de dados
 - 6.4.1. Fluxo de dados em serviços REST
 - 6.4.2. Fluxo de dados na transmissão de mensagens
 - 6.4.3. Formatos de envio de mensagens
- 6.5. Replicação
 - 6.5.1. Teorema CAP
 - 6.5.2. Modelos de consistência
 - 6.5.3. Modelos de replicação baseados em conceitos de líder e seguidores
- 6.6. Transações distribuídas
 - 6.6.1. Operações atômicas
 - 6.6.2. Transações distribuídas a partir de diferentes métodos Calvin, Spanner
 - 6.6.3. Serialização
- 6.7. Particionamento
 - 6.7.1. Tipos de particionado
 - 6.7.2. Índices em particiones
 - 6.7.3. Reequilíbrio do particionamento
- 6.8. Processamento por lotes
 - 6.8.1. Processamento por lotes
 - 6.8.2. MapReduce
 - 6.8.3. Abordagens posteriores a MapReduce
- 6.9. Processamento do fluxo de dados
 - 6.9.1. Sistemas de mensagens
 - 6.9.2. Persistência do fluxo de dados
 - 6.9.3. Usos e operações com fluxos de dados
- 6.10. Casos de uso Twitter, Facebook, Uber
 - 6.10.1. Twitter: o uso de caches
 - 6.10.2. Facebook: modelos não relacionais
 - 6.10.3. Uber: diferentes modelos para diferentes propósitos



Módulo 7. Administração de sistemas para implantações distribuídas

- 7.1. Administração clássica O modelo monolítico
 - 7.1.1. Aplicações clássicas Modelo monolítico
 - 7.1.2. Requisitos de sistema para aplicações monolíticas
 - 7.1.3. A administração de sistemas monolíticos
 - 7.1.4. Automatização
- 7.2. Aplicações distribuídas O microserviço
 - 7.2.1. Paradigma de computação distribuída
 - 7.2.2. Modelos baseados em microserviços
 - 7.2.3. Requisitos de sistema para modelos
 - 7.2.4. Aplicações monolíticas vs. Aplicações distribuídas
- 7.3. Ferramentas para a exploração de recursos
 - 7.3.1. Gestão do "ferro"
 - 7.3.2. Virtualização
 - 7.3.3. Emulação
 - 7.3.4. Paravirtualização
- 7.4. Modelos IaaS, PaaS y SaaS
 - 7.4.1. Modelo IaaS
 - 7.4.2. Modelo IaaS
 - 7.4.3. Modelo IaaS
 - 7.4.4. Padrões de design
- 7.5. Containerização
 - 7.5.1. Virtualização com Cgroups
 - 7.5.2. Containers
 - 7.5.3. Da aplicação ao container
 - 7.5.4. Orquestração de containers
- 7.6. Clustering
 - 7.6.1. Alto desempenho e alta disponibilidade
 - 7.6.2. Modelos de alta disponibilidade
 - 7.6.3. Cluster como plataforma SaaS
 - 7.6.4. Securitização de Clústers

- 7.7. Cloud Computing
 - 7.7.1. Clústers vs. Clouds
 - 7.7.2. Tipos de clouds
 - 7.7.3. Modelos de serviço em Cloud
 - 7.7.4. Sobrescrição
- 7.8. Monitoramento e testing
 - 7.8.1. Tipos de monitoramento
 - 7.8.2. Visualização
 - 7.8.3. Test de infraestrutura
 - 7.8.4. Engenharia do caos
- 7.9. Estudo de caso: Kubernetes
 - 7.9.1. Estrutura
 - 7.9.2. Administração
 - 7.9.3. Implantação de serviços
 - 7.9.4. Desenvolvimento de serviços para o K8S
- 7.10. Estudo de caso: OpenStack
 - 7.10.1. Estrutura
 - 7.10.2. Administração
 - 7.10.3. Implantações
 - 7.10.4. Desenvolvimento de serviços para o OpenStack

Módulo 8. *Internet of Things*

- 8.1. Internet of Things (IoT)
 - 8.1.1. Internet do futuro
 - 8.1.2. Internet of Things e Industrial Internet of Things
 - 8.1.3. O consórcio da internet industrial
- 8.2. Arquitetura de referência
 - 8.2.1. A Arquitetura de referência
 - 8.2.2. Camadas e componentes
- 8.3. Dispositivos IoT
 - 8.3.1. Classificação
 - 8.3.2. Componentes
 - 8.3.3. Sensores e atuadores
- 8.4. Protocolos de comunicação
 - 8.4.1. Classificação
 - 8.4.2. Modelo OSI
 - 8.4.3. Tecnologias
- 8.5. Plataformas IoT e IIoT
 - 8.5.1. A Plataforma IoT
 - 8.5.2. Plataformas Cloud de propósito geral
 - 8.5.3. Plataformas Industriais
 - 8.5.4. Plataformas de código aberto
- 8.6. Gestão de dados em plataformas IoT
 - 8.6.1. Mecanismos de gestão
 - 8.6.2. Dados abertos
 - 8.6.3. Intercâmbio de dados
 - 8.6.4. Visualização de dados
- 8.7. Segurança de IoT
 - 8.7.1. Requisitos de segurança
 - 8.7.2. Áreas de segurança
 - 8.7.3. Estratégias de segurança
 - 8.7.4. Segurança em IIoT
- 8.8. Áreas de aplicação de sistemas IoT
 - 8.8.1. Cidades inteligentes
 - 8.8.2. Saúde e condicionamento físico
 - 8.8.3. Lar inteligente (Smart Home)
 - 8.8.4. Outras aplicações
- 8.9. Aplicação do IIoT a diferentes setores industriais
 - 8.9.1. Fabricação
 - 8.9.2. Transporte
 - 8.9.3. Energia
 - 8.9.4. Agricultura e pecuária
 - 8.9.5. Outros setores
- 8.10. Integração do IIoT no modelo de indústria 4.0
 - 8.10.1. IoRT (Internet of Robotics Things)
 - 8.10.2. Fabricação aditiva 3D
 - 8.10.3. Big Data Analytics

Módulo 9. Gestão de Projetos e Metodologias Ágeis

- 9.1. Direção e gestão de projetos
 - 9.1.1. O projeto
 - 9.1.2. Fases de um projeto
 - 9.1.3. Direção e gestão de projetos
- 9.2. Metodologia PMI para gestão de projetos
 - 9.2.1. PMI (Project Management Institute)
 - 9.2.2. PMBOK
 - 9.2.3. Diferença entre projeto, programa e portfólio de projetos
 - 9.2.4. Evolução das organizações que trabalham com projetos
 - 9.2.5. Ativos de processo em organizações
- 9.3. Metodologia PMI para a gestão de projetos: processos
 - 9.3.1. Grupos de processos
 - 9.3.2. Áreas de conhecimento
 - 9.3.3. Matriz de processos
- 9.4. Metodologia ágil para gestão de projetos
 - 9.4.1. Contexto VUCA (Volatilidade, Incerteza, Complexidade e Ambigüidade)
 - 9.4.2. Valor Ágil
 - 9.4.3. Princípios do Manifesto Ágil
- 9.5. Framework Ágil SCRUM para a gestão de projetos
 - 9.5.1. Scrum
 - 9.5.2. Os pilares da metodologia Scrum
 - 9.5.3. Os valores em Scrum
- 9.6. Framework Ágil SCRUM para a gestão de projetos. Processo
 - 9.6.1. O processo de Scrum
 - 9.6.2. Funções tipificadas em um processo Scrum
 - 9.6.3. As cerimônias em Scrum
- 9.7. Framework Ágil SCRUM para a gestão de projetos. Dispositivos
 - 9.7.1. Artefatos em um processo Scrum
 - 9.7.2. A Equipe Scrum
 - 9.7.3. Métricas para avaliar o desempenho de uma equipe Scrum

- 9.8. Framework Ágil KANBAN para a gestão de projetos. Método Kanban
 - 9.8.1. Kanban
 - 9.8.2. Benefícios do Kanban
 - 9.8.3. Método Kanban Elementos
- 9.9. Framework Ágil KANBAN para a gestão de projetos. Práticas do método Kanban
 - 9.9.1. Os valores Kanban
 - 9.9.2. Princípios do método Kanban
 - 9.9.3. Práticas gerais do método Kanban
 - 9.9.4. Métricas para avaliar o desempenho de Kanban
- 9.10. Comparação: PMI, SCRUM e KANBAN
 - 9.10.1. PMI-SCRUM
 - 9.10.2. PMI-KANBAN
 - 9.10.3. SCRUM-KANBAN

Módulo 10. Comunicação, liderança e gestão de equipes

- 10.1. Desenvolvimento organizacional na empresa
 - 10.1.1. Clima, cultura e desenvolvimento organizacional na empresa
 - 10.1.2. Gestão do Capital Humano
- 10.2. Modelos de gestão. Tomada de decisões
 - 10.2.1. Mudança de paradigma nos modelos de gestão
 - 10.2.2. Processo de gestão da empresa de tecnologia
 - 10.2.3. Tomada de decisões. Instrumentos de planejamento
- 10.3. Liderança. Delegação e Empowerment
 - 10.3.1. Liderança
 - 10.3.2. Delegação e Empowerment
 - 10.3.3. Avaliação de desempenho
- 10.4. Liderança. Gestão de talentos e engajamento
 - 10.4.1. Análise de Talento nas empresas
 - 10.4.2. Gestão de compromissos na empresa
 - 10.4.3. Melhoria da comunicação na empresa
- 10.5. Coaching aplicado aos negócios
 - 10.5.1. Coaching diretivo
 - 10.5.2. Coaching de equipes

- 10.6. Coaching aplicado aos negócios
 - 10.6.1. Perfil do mentor
 - 10.6.2. Os 4 processos de um programa de mentoring
 - 10.6.3. Ferramentas e técnicas em um processo de mentoring
 - 10.6.4. Benefícios do mentoring no âmbito empresarial
- 10.7. Gestão de equipes I. As relações interpessoais
 - 10.7.1. Relações interpessoais
 - 10.7.1.1. Estilos relacionais: Focos
 - 10.7.1.2. Reuniões efetivas e acordos em situações difíceis
- 10.8. Gestão de equipes II Os conflitos
 - 10.8.1. Os conflitos
 - 10.8.2. Prevenir, abordar e resolver conflitos
 - 10.8.2.1. Estratégias para prevenir o conflito
 - 10.8.2.2. Gestão de Conflitos. Princípios básicos
 - 10.8.2.3. Estratégias de resolução de conflitos
 - 10.8.3. Estresse e motivação profissional
- 10.9. Gestão de equipes III A negociação
 - 10.9.1. A negociação na gestão de empresas de tecnologia
 - 10.9.2. Estilos de negociação
 - 10.9.3. Fases da negociação
 - 10.9.3.1. Barreiras a superar nas negociações
- 10.10. Gestão de equipes IV Técnicas de negociação
 - 10.10.1. Técnicas e estratégias de negociação
 - 10.10.1.1. Estratégias e principais tipos de negociação
 - 10.10.1.2. Táticas de negociação e questões práticas
 - 10.10.2. A figura do sujeito negociador



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 de talento e de 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 Comercial e Marketing Estratégico

- 14.1. Gestão Comercial
 - 14.1.1. Estrutura Conceitual para Gestão Comercial
 - 14.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
 - 14.1.3. O papel dos gerentes comerciais
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Conceito de Marketing
 - 14.2.2. Noções básicas de marketing
 - 14.2.3. Atividades de marketing da empresa
- 14.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 14.3.1. Conceito de marketing estratégico
 - 14.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
 - 14.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- 14.4. Marketing digital e e-commerce
 - 14.4.1. Objetivos do Marketing digital e e-Commerce
 - 14.4.2. Marketing Digital e os meios que utiliza
 - 14.4.3. Comércio eletrônico: contexto geral
 - 14.4.4. Categorias do comércio eletrônico
 - 14.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-commerce* em relação ao comércio tradicional
- 14.5. Marketing digital para fortalecer a marca
 - 14.5.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
 - 14.5.2. *Branded Content & Storytelling*
- 14.6. Marketing digital para atrair e reter clientes
 - 14.6.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hipsegmentação
- 14.7. Gerenciamento de campanhas digitais
 - 14.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
 - 14.7.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
 - 14.7.3. Erros comuns em campanhas de publicidade digital
- 14.8. Estratégia de Vendas
 - 14.8.1. Estratégia de Vendas
 - 14.8.2. Métodos de Vendas

- 14.9. Comunicação Corporativa
 - 14.9.1. Conceito
 - 14.9.2. Importância da comunicação na organização
 - 14.9.3. Tipo de comunicação na organização
 - 14.9.4. Função da comunicação na organização
 - 14.9.5. Elementos da comunicação
 - 14.9.6. Problemas de comunicação
 - 14.9.7. Cenários da comunicação
- 14.10. Comunicação e reputação digital
 - 14.10.1. Reputação online
 - 14.10.2. Como medir a reputação digital?
 - 14.10.3. Ferramentas de reputação online
 - 14.10.4. Relatório de reputação online
 - 14.10.5. *Branding* online

Módulo 15. Gestão Executiva

- 15.1. Management
 - 15.1.1. Conceito de Geral Management
 - 15.1.2. A ação do gerente geral
 - 15.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 15.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 15.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 15.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
- 15.3. Gestão operacional
 - 15.3.1. Importância da gestão
 - 15.3.2. A cadeia de valor
 - 15.3.3. Gestão de Qualidade
- 15.4. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 15.4.1. Comunicação interpessoal
 - 15.4.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 15.4.3. Obstáculos à comunicação
- 15.5. Ferramentas de comunicações pessoais e organizacionais
 - 15.5.1. A comunicação interpessoal
 - 15.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
 - 15.5.3. A comunicação na organização
 - 15.5.4. Ferramentas na organização



- 15.6. Comunicação em situações de crise
 - 15.6.1. Crise
 - 15.6.2. Fases da crise
 - 15.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 15.7. Preparando um plano de crise
 - 15.7.1. Análise de problemas potenciais
 - 15.7.2. Planejamento
 - 15.7.3. Adequação de pessoal
- 15.8. Inteligência emocional
 - 15.8.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 15.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 15.8.3. Autoestima e Comunicação Emocional
- 15.9. *Branding* pessoal
 - 15.9.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 15.9.2. Leis de branding pessoal
 - 15.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 15.10. Liderança e gestão de equipes
 - 15.10.1. Liderança e estilos de liderança
 - 15.10.2. Competências e desafios do líder
 - 15.10.3. Gestão de processos de Mudança
 - 15.10.4. Gestão de Equipes Multiculturais

“

Uma capacitação exclusiva que se destaca pela qualidade do seu conteúdo e por sua excelente equipe de professores”

06

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"

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”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Através de atividades de colaboração e casos reais, o aluno aprenderá a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“

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

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de Informática 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 curso, os alunos vão se deparar com múltiplos casos reais. Terão que integrar todo o 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.

Em 2019 alcançamos os melhores resultados de aprendizagem entre todas as universidades online do mundo.

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 universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, 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 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um 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.



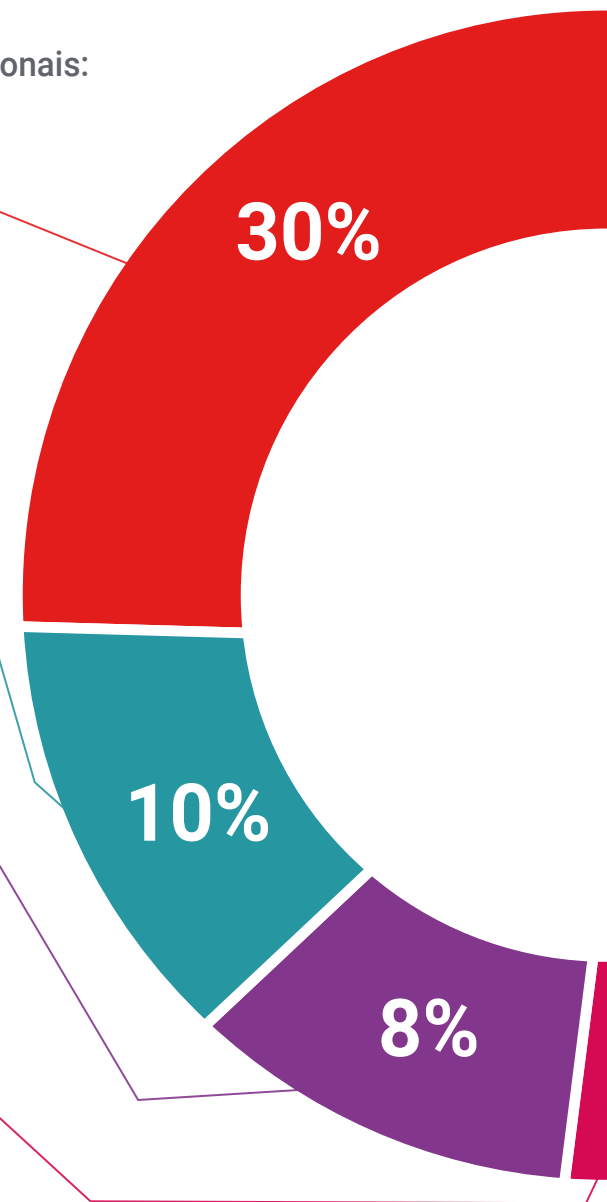
Práticas de habilidades e competências

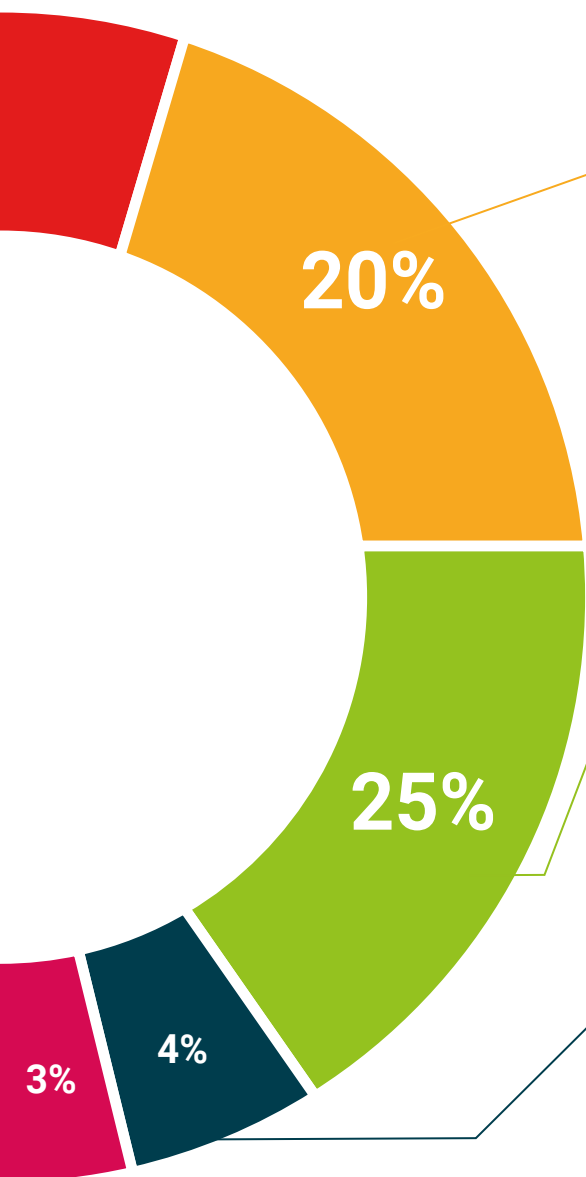
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 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.



07

Certificado

O MBA em Gestão Técnica de Data Science nos Negócios garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio MBA em Gestão Técnica de Data Science nos Negócios** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

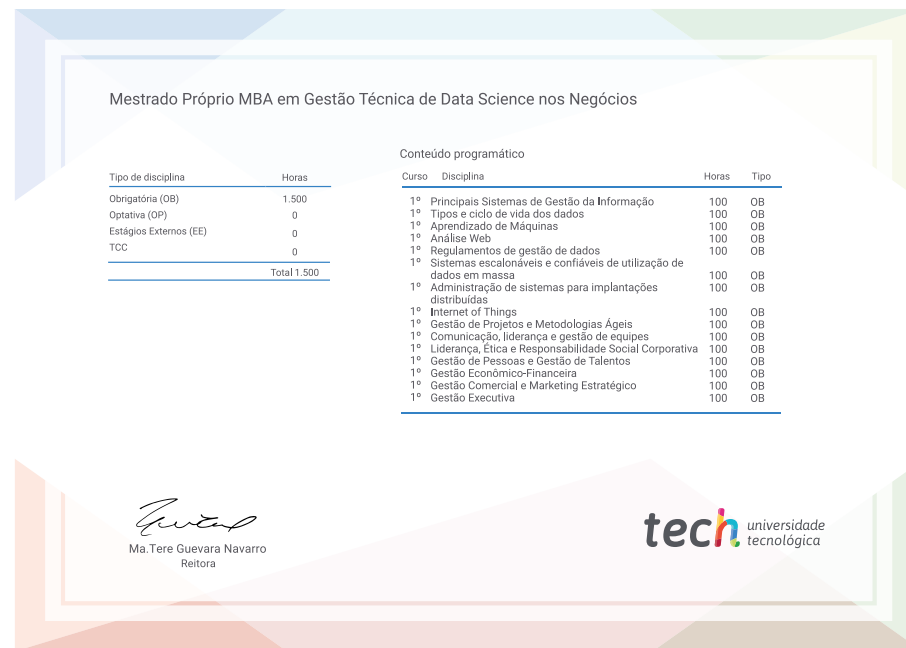
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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 MBA em Gestão Técnica de Data Science nos Negócios**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



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



Mestrado Próprio
MBA em Gestão Técnica de
Data Science nos Negócios

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

Mestrado Próprio

MBA em Gestão Técnica de
Data Science nos Negócios