



Mestrado

MBA em Gestão de
Empresas Criativas



Mestrado

MBA em Gestão de Empresas Criativas

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/design/mestrado/mestrado-mba-gestao-empresas-criativas

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 24

06

Metodologia

pág. 34

07

Certificação

pág. 42

01

Apresentação

Existem certas empresas que, pela sua natureza, têm de apostar na criatividade e na inovação para se diferenciarem e destacarem no mercado. Para isso, é preciso que os profissionais do sector obtenham habilidades específicas, principalmente a nível tecnológico, que os ajudem a alcançar a excelência laboral. Além disso, há que ter em conta que os empregos neste ramo profissional evoluem constantemente, pelo que este programa da TECH pretende que o aluno adquira as competências necessárias para desenvolver e fazer evoluir o seu perfil profissional tanto em ambientes empresariais como de empreendedorismo.



“

A criatividade está a abrir um nicho no mundo empresarial com o surgimento de novas empresas que exigem um perfil profissional específico e com amplas habilidades em ferramentas tecnológicas”

As mudanças na sociedade estão a favorecer a produção de novidades a nível económico e empresarial, permitindo o surgimento de novas profissões que estão a abrir um nicho de mercado. Tradicionalmente, a criatividade e a gestão têm sido vistas como disciplinas antagónicas. No entanto, hoje em dia, a criatividade e a inovação tornaram-se os principais motores do progresso económico, a par da tecnologia. Esta realidade exige novos perfis profissionais capazes de desenvolver de uma forma harmoniosa e eficaz estes instrumentos na gestão das chamadas Indústrias Criativas.

Através deste programa, o estudante alcançará o domínio de todas as matérias necessárias para a gestão de empresas e organizações no novo contexto das Indústrias Criativas. Desta forma, o programa não se centra somente na gestão das artes, mas pretende proporcionar ferramentas para analisar as realidades económicas, sociais e culturais em que se desenvolvem e transformam as Indústrias Criativas hoje em dia. O programa foi concebido para atingir esta meta mediante a aquisição das habilidades de investigação de mercado, visão estratégica, metodologias digitais e de co-criação.

Por isso, para atender à procura de qualificação superior dos profissionais do sector, a TECH põe ao seu dispor este programa de alta especialização e adaptado às necessidades das empresas criativas. Um Mestrado 100% *online* que permitirá ao aluno distribuir ele mesmo o seu tempo de estudo, visto que não está condicionado por horários fixos, nem tem a necessidade de se deslocar para outro local físico, tendo a opção de aceder a todos os conteúdos em qualquer momento do dia, equilibrando a sua vida laboral e pessoal com a académica.

Este **MBA em Gestão de Empresas Criativas** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em gestão de empresa
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático do curso fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Os exercícios práticos, onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu foco especial nas metodologias inovadoras na gestão de empresa criativas
- ♦ Palestras teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



As novas tecnologias favoreceram o surgimento de empresas cada vez mais criativas que requerem profissionais com grandes habilidades digitais”

“

Especialize-se em gestão de empresas criativas e entre num sector que está no auge”

O seu corpo docente inclui profissionais da área do design que trazem a sua experiência profissional para este programa, bem como especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional aprender de uma forma contextual e situada. Por outras palavras, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo programado para se formar em situações reais.

A conceção deste programa baseia-se na Aprendizagem Baseada nos Problemas, através da qual o profissional deve tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do curso académico. Para tal, o profissional contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

A diversidade de casos práticos que a TECH lhe oferece será de grande utilidade para realizar uma aprendizagem eficaz neste campo.

Este programa tem um formato 100% online para que possa conjugar o seu tempo de estudo com o resto das suas obrigações diárias.



02

Objetivos

O MBA em Gestão de Empresas Criativas é um programa dirigido aos profissionais de *design* que querem obter uma qualificação superior para a gestão de todas as novas companhias que surgiram nos últimos tempos, favorecidas pelo avanço das novas tecnologias. Sem dúvida, um âmbito totalmente inovador, que precisa de uma elevada qualificação por parte dos profissionais para conseguirem alcançar o êxito desejado.



“

*Especialize-se em gestão de empresas criativas
e ofereça essa formação superior às empresas
em que trabalha”*



Objetivos gerais

- ♦ Oferecer conhecimentos úteis para a especialização dos estudantes, proporcionando-lhes competências para o desenvolvimento e aplicação de ideias originais no seu trabalho pessoal e profissional
- ♦ Compreender como a criatividade e a inovação se tornaram as forças motrizes da economia
- ♦ Resolver problemas em cenários inovadores e em contextos interdisciplinares no âmbito da gestão da criatividade
- ♦ Integrar os próprios conhecimentos com os dos outros, fazendo julgamentos e raciocínios informados com base nas informações disponíveis em cada caso
- ♦ Saber gerir o processo de criação e implementação de ideias inovadoras sobre um determinado tema
- ♦ Adquirir conhecimentos específicos para a gestão das empresas e organizações no novo contexto das Indústrias Criativas
- ♦ Possuir ferramentas para analisar as realidades económicas, sociais e culturais em que se desenvolvem e transformam as Indústrias Criativas atualmente
- ♦ Adquirir as competências necessárias para desenvolver e fazer evoluir o seu perfil profissional, tanto em ambientes empresariais como de empreendedorismo
- ♦ Obter conhecimentos para levar a cabo uma gestão das empresas e organizações no novo contexto das Indústrias Criativas
- ♦ Organizar e planificar tarefas, aproveitando os recursos disponíveis para lidar com as mesmas dentro de prazos precisos
- ♦ Utilizar novas tecnologias de informação e comunicação como instrumentos de formação e troca de experiências na área de estudo
- ♦ Desenvolver capacidades comunicativas, tanto escritas como orais, bem como a capacidade de fazer apresentações profissionais eficazes na prática diária
- ♦ Adquirir competências de pesquisa de mercado, visão estratégica, metodologias digitais e de co-criação





Objetivos específicos

Módulo 1. Novas Indústrias Criativas

- ◆ Aprofundar o conhecimento das novas Indústrias Criativas
- ◆ Conhecer aprofundadamente o peso das Indústrias Criativas a nível económico
- ◆ Dedicar-se às artes visuais e performativas
- ◆ Obter um conhecimento profundo do património histórico, natural e cultural

Módulo 2. Proteção de produtos criativos e intangíveis no mercado atual

- ◆ Conhecer os regulamentos que afetam os produtos criativos e intangíveis, tais como a propriedade intelectual e industrial ou o direito da publicidade
- ◆ Aplicar as normas estudadas no trabalho diário como gestor de empresas criativas

Módulo 3. Gestão económica e financeira das empresas criativas

- ◆ Conhecer a estrutura financeira de uma empresa criativa
- ◆ Ter conhecimentos suficientes para realizar a gestão contabilística e financeira de uma empresa criativa
- ◆ Entender como devem realizar-se os investimentos neste sector
- ◆ Saber fixar os preços dos produtos na indústria criativa

Módulo 4. *Futures Thinking*: como transformar o hoje a partir de amanhã?

- ◆ Conhecer em profundidade a metodologia *Futures Thinking*
- ◆ Entender os sinais que indicam que deve dar-se uma mudança na forma de trabalhar
- ◆ Compreender como pode ser o futuro para se antecipar e criar estratégias inovadoras que favoreçam o crescimento da companhia
- ◆ Pensar na sustentabilidade como objetivo a cumprir através de todas as ações propostas

Módulo 5. Gestão de consumidores ou utilizadores em empresas criativas

- ♦ Conhecer as novas tendências nos métodos de compra do consumidor
- ♦ Entender que o cliente tem de ser o centro de todas as estratégias da companhia
- ♦ Aplicar técnicas e ferramentas de *Design Thinking*
- ♦ Aplicar diferentes recursos e técnicas de investigação

Módulo 6. *Creative Branding*: comunicação e gestão criativa da marca

- ♦ Compreender o processo de criação e evolução de uma marca
- ♦ Saber como criar a identidade gráfica da marca
- ♦ Conhecer as principais técnicas e ferramentas de comunicação
- ♦ Conseguir realizar o *Briefing* da empresa

Módulo 7. Liderança e inovação nas Indústrias Criativas

- ♦ Aplicar recursos criativos no desenvolvimento da empresa
- ♦ Entender a inovação como parte essencial de qualquer companhia criativa
- ♦ Conhecer os obstáculos da inovação na indústria criativa
- ♦ Ser capaz de liderar uma estratégia de inovação na empresa

Módulo 8. A transformação digital na indústria criativa

- ♦ Saber levar a cabo a transformação digital nas empresas criativas
- ♦ Conhecer os impactos da quarta revolução industrial
- ♦ Aplicar os conceitos e estratégias dos *Big Data* à empresa criativa
- ♦ Aplicar a tecnologia *Blockchain*





Módulo 9. Novas estratégias de *Marketing* digital

- ♦ Aplicar ferramentas de *Marketing* digital, tendo em conta o público a que as mensagens chegarão
- ♦ Realizar análises da *web* que forneçam à empresa informações para saber como dirigir a sua estratégia publicitária
- ♦ Utilizar as redes sociais como ferramentas de *Marketing* e publicidade
- ♦ Aplicar ferramentas de *Inbound Marketing*

Módulo 10. O empreendedorismo nas Indústrias Criativas

- ♦ Ser capaz de levar a cabo projetos empreendedores em Indústrias Criativas
- ♦ Desenvolver as habilidades de liderança adequadas
- ♦ Saber identificar as oportunidades no mercado
- ♦ Aplicar ferramentas de geração de ideias, como o *Brainstorming*

“ Um programa de última geração
para os profissionais que queiram
alcançar a excelência profissional”

03

Competências

O MBA em Gestão de Empresas Criativas foi planeado para oferecer aos designers a formação necessária para se desenvolverem com êxito num sector inovador e em constante evolução. Desta forma, o estudo deste programa permitirá aos alunos porem-se em dia sobre as principais novidades de uma indústria que conta com cada vez mais adeptos, mas que exige uma elevada especialização dos seus profissionais para atingir as metas previstas.



“

Um programa inovador concebido para lhe oferecer os conceitos mais atualizados sobre a gestão de empresas criativas”



Competências gerais

- ♦ Trabalhar em empresas do sector da criatividade sabendo fazer uma gestão bem-sucedida das mesmas
- ♦ Conhecer em profundidade o funcionamento e o contexto global das novas Indústrias Criativas

“

*Após realizar este Mestrado da TECH,
irá desenvolver as competências
necessárias para ter sucesso num
sector em expansão”*





Competências específicas

- ◆ Ter um conhecimento profundo de todos os aspectos da proteção dos produtos criativos, desde a proteção da propriedade intelectual até ao direito da publicidade
- ◆ Saber realizar uma correta gestão económica e financeira das empresas da indústria criativa
- ◆ Saber calcular o lucro, a rentabilidade e os custos no âmbito de projetos criativos da indústria
- ◆ Possuir competências integrais na metodologia *Future Thinking* para poder aplicar os seus benefícios no trabalho diário
- ◆ Saber realizar uma correta gestão de mudanças e de previsão do futuro de empresas da indústria criativa
- ◆ Ser capaz de levar a cabo uma gestão eficiente dos consumidores de empresas criativas
- ◆ Saber gerir a comunicação a nível integral para as empresas da indústria criativa
- ◆ Poder fazer parte ativa do processo de *Branding* em empresas criativas
- ◆ Ter conhecimentos profundos que permitam ao profissional gerir o processo de digitalização nas Indústrias Criativas
- ◆ Saber aplicar estratégias de *Marketing* digital inovadoras para empresas criativas
- ◆ Dotar o aluno de conhecimentos abrangentes que lhe permitam empreender na indústria criativa, aproveitando ao máximo a sua ideia principal
- ◆ Ajudar o profissional a adquirir ferramentas para gerir a liderança dentro destas indústrias

04

Direção do curso

Os docentes deste MBA em Gestão de Empresas Criativas são profissionais com larga experiência no sector que se uniram para realizar o programa académico mais completo do panorama educativo atual, com o principal objetivo de oferecer aos profissionais do *design* os estudos que tanto exigem por serem imprescindíveis para conhecer um sector em expansão como é o das Indústrias Criativas. Sem dúvida, fizeram a melhor seleção de informação possível e adaptada às necessidades dos alunos do século XXI.



“

*Estude com os melhores professores do momento
e aprenda tudo o que lhe podem oferecer”*

Direção



Dra. Marga Velar

- Consultora de comunicação especialista em Moda
- CEO da *Forefashion Lab*
- Diretora de *Marketing* Corporativo no *SGN Group*
- Consultora de Comunicação Corporativa na LLYC
- Consultora de comunicação e marca *Freelance*
- Responsável de comunicação na Universidade de Villanueva
- Docente em estudos universitários ligados ao Marketing
- Doutora em Comunicação pela Universidade Carlos III de Madrid
- Dra. em Comunicação Audiovisual pela Universidade Complutense de Madrid
- MBA em Gestão de Empresas de Moda pela ISEM *Fashion Business School*

Professores

Sra. Carolina Eyzaguirre Vilanova

- ◆ Assessora jurídica e *designer* especialista em Indústria Criativa
- ◆ Assessora jurídica na Associação para a Autorregulação da Comunicação Comercial
- ◆ Assessora jurídica para a Gestão da empresa *Eley Hawl*
- ◆ *Designer* da *National Geographic* e *El Mueble*
- ◆ Docente em estudos de pós-graduação universitária
- ◆ Dra. em Direito pela Universidade Pompeu Fabra de Barcelona
- ◆ Dra. em Design pela Universidade Pompeu Fabra de Barcelona
- ◆ Mestrado Oficial em Propriedade Intelectual pela Universidade Pontificia Comillas
- ◆ Curso de Direito à Publicidade pela Associação para a Autorregulação da Comunicação Comercial

Dra. Patricia San Miguel Arregui

- ◆ Investigadora especialista em *Marketing* Digital
- ◆ Fundadora e diretora da *Digital Fashion Brands*
- ◆ Investigadora e colaboradora em estudos de *Marketing*
- ◆ Autora do livro *Influencer Marketing*
- ◆ Autora de publicações académicas em revistas de prestígio
- ◆ Oradora habitual em Congressos e Jornadas nacionais e internacionais sobre Comunicação e *Marketing*
- ◆ Docente em estudos de graduação e pós-graduação universitária
- ◆ Doutora em *Marketing* Digital para Empresas de Moda pela Universidade de Navarra
- ◆ Licenciada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Complutense de Madrid
- ◆ MBA em Moda Executiva pela ISEM

Sr. Rumén Justo Reyes

- ◆ Produtor audiovisual e especialista em *mentoring* para *start-ups*
- ◆ Produtor de documentários e filmes
- ◆ Consultor financeiro e legal em filmes
- ◆ Investidor em *Start-ups* criativas
- ◆ Fundador e Diretor do Festival Internacional de Cine Independiente y de Autor de Canárias
- ◆ Consultor de Empreendedorismo na CEOE Tenerife
- ◆ *Start-up Mentor* na Asociación Afedes
- ◆ *Start-up Mentor* na *Bridge for Billions*
- ◆ Dr. em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade de La Laguna
- ◆ Mestrado em PRL pela SGS
- ◆ Pós-graduado em Vigilância Tecnológica
- ◆ Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade de Vigo

Dra. Jessica Paule Vianez

- ◆ Especialista no Grupo de Investigação em Gestão e Economia de Empresas da Universidade Rey Juan Carlos
- ◆ Consultora comercial da DKV Seguros y Reaseguros
- ◆ Assistente Administrativa para a Fundación para el Desarrollo Directivo de Cáceres
- ◆ Doutora em Ciências Sociais e Jurídicas pela Universidade Rey Juan Carlos
- ◆ Dra. em Tratamento Estatístico Computacional da Informação pela Universidade Complutense de Madrid
- ◆ Licenciatura em Finanças e Contabilidade pela Universidade de Extremadura
- ◆ Licenciatura em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade da Extremadura
- ◆ Membro da Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa

Sra. Cristina Arroyo Villoria

- ◆ Consultora técnica e coordenadora de projetos formativos
- ◆ Sócia e Diretora de Projetos e Empreendedorismo na Fábrica de Indústrias Criativas
- ◆ Coordenação Acerca Cultura Madrid
- ◆ Editora de conteúdos de *e-learning freelance* para a Lid Learning LID Editorial
- ◆ Coordenadora de formação Factoria Cultural Madrid
- ◆ Licenciatura em Ciências do Trabalho pela Universidade de Valladolid
- ◆ Mestrado em Gestão e Gestão de Recursos Humanos pela Escola de Negócios de San Pablo CEU
- ◆ Mestrado em *e-Learning* e Tecnologia Educativa, Formação em *e-Learning*
- ◆ Técnica Superior de Prevenção de Riscos, Especialização em Higiene do Trabalho Instituto de Formación Integral, IFI
- ◆ Técnica Superior de Prevenção de Riscos Laborais, Especialização em Ergonomia e Psicossociologia do Trabalho Instituto de Formación Integral, IFI

Sra. Ana Belén Gallego Martínez

- ◆ Consultora de Estratégias de Negócio
- ◆ Consultora Independente na Belén Galmar Acompañamiento Empresarial
- ◆ Dra. em Direito pela Universidade Complutense de Madrid
- ◆ MBA – Mestrado em Gestão e Administração de Empresas, especialização em Gestão Financeira pela Universidade Camilo José Cela
- ◆ Programa Executivo de Transformação Digital da Escuela de Organización Industrial





Dra. Sandra Bravo Durán

- ◆ CEO da UX em Myme
- ◆ CEO e fundadora da Ch2 Abroad & Events
- ◆ Socióloga do Observatório Turístico de Salamanca
- ◆ Consultora digital da Everis
- ◆ Investigadora da Runroom
- ◆ Professora do Mestrado em Gestão de Marketing de Moda e Luxo e do Mestrado Luxury Business Brand Management na MSMK – Madrid School of Marketing
- ◆ Doutora em Criatividade Aplicada na Universidade de Navarra
- ◆ Diploma em Sociologia pela Universidade de Salamanca
- ◆ Licenciatura em Economia pela Universidade de Salamanca
- ◆ Mestrado Executivo em Direção de Empresas de Moda pela na Universidade de Navarra

Sr. Carlos Sanjosé

- ◆ Especialista em *Marketing* Digital
- ◆ Gestor de *Marketing* Digital na Designable
- ◆ Responsável do *Marketing* Digital na MURPH
- ◆ Gestor de *Marketing* Digital na 25 Gramos
- ◆ Responsável pelos conteúdos na Unánime Creativos
- ◆ Dr. em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade CEU Cardenal Herrera

05

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Mestrado da TECH foi concebido estrategicamente para oferecer aos alunos a capacitação necessária em matéria de gestão de empresas criativas. Desta forma, os estudantes poderão aprofundar o estudo de um campo totalmente inovador, que está em constante mudança devido aos avanços que aparecem frequentemente em matéria de novas tecnologias. Assim, terão a oportunidade de conhecer a fundo todas as companhias criativas que surgiram nos últimos anos para criarem um nicho na sociedade.



“

Um programa fundamental para realizar um estudo eficaz em gestão de empresas criativas”

Módulo 1. Novas Indústrias Criativas

- 1.1. Novas Indústrias Criativas
 - 1.1.1. Da indústria cultural à indústria criativa
 - 1.1.2. As Indústrias Criativas de hoje
 - 1.1.3. Atividades e sectores que compõem as Indústrias Criativas
- 1.2. Peso económico das Indústrias Criativas nos dias de hoje
 - 1.2.1. Contribuição
 - 1.2.2. Impulsionadores de crescimento e mudança
 - 1.2.3. Panorama laboral nas Indústrias Criativas
- 1.3. Novo contexto global das Indústrias Criativas
 - 1.3.1. Radiografia das Indústrias Criativas no mundo
 - 1.3.2. Fontes de financiamento das Indústrias Criativas em cada país
 - 1.3.3. Estudos de caso: modelos de gestão e políticas públicas
- 1.4. O património natural e cultural
 - 1.4.1. Património histórico e cultural
 - 1.4.2. Produtos derivados e serviços de museus, sítios arqueológicos, históricos e paisagens culturais
 - 1.4.3. Património cultural intangível
- 1.5. Artes visuais
 - 1.5.1. Artes plásticas
 - 1.5.2. Fotografia
 - 1.5.3. Artesanato
- 1.6. Artes performativas
 - 1.6.1. Teatro e dança
 - 1.6.2. Música e festivais
 - 1.6.3. Feiras e circos
- 1.7. Meios audiovisuais
 - 1.7.1. Filmes, televisão e conteúdo audiovisual
 - 1.7.2. Rádio, *Podcasts* e conteúdo de áudio
 - 1.7.3. Videojogos
- 1.8. Publicações atuais
 - 1.8.1. Literatura, ensaios e poesia
 - 1.8.2. Editoras
 - 1.8.3. Imprensa

- 1.9. Serviços criativos
 - 1.9.1. *Design* e moda
 - 1.9.2. Arquitetura e paisagismo
 - 1.9.3. Publicidade
- 1.10. Ligações da economia criativa ou economia laranja
 - 1.10.1. Modelo Cascata – círculos concêntricos
 - 1.10.2. *Spillovers* Criatividade, produção e difusão do conhecimento
 - 1.10.3. A cultura ao serviço da economia criativa

Módulo 2. Proteção de produtos criativos e intangíveis no mercado atual

- 2.1. Proteção legal dos bens intangíveis
- 2.2. Propriedade intelectual I
- 2.3. Propriedade intelectual II
- 2.4. Propriedade intelectual III
- 2.5. Propriedade Industrial I: Marcas
- 2.6. Propriedade industrial II: desenhos industriais
- 2.7. Propriedade Industrial III: patentes e modelos de utilidade
- 2.8. Propriedade Intelectual e Industrial: prática
- 2.9. Direito da Publicidade I
- 2.10. Direito da Publicidade II

Módulo 3. Gestão económica e financeira das empresas criativas

- 3.1. A necessária sustentabilidade económica
 - 3.1.1. A estrutura financeira de uma empresa criativa
 - 3.1.2. A contabilidade numa empresa criativa
 - 3.1.3. Triple balance
- 3.2. Receitas e despesas de uma empresa criativa hoje
 - 3.2.1. Contabilidade de custos
 - 3.2.2. Tipo de custos
 - 3.2.3. Afetação de custos

- 3.3. Taxas de lucro na empresa
 - 3.3.1. Margem de contribuição
 - 3.3.2. Ponto de equilíbrio
 - 3.3.3. Avaliar propostas alternativas
- 3.4. Investimento no sector criativo
 - 3.4.1. O investimento na indústria criativa
 - 3.4.2. Avaliação de um investimento
 - 3.4.3. O método NPV: valor atual líquido
- 3.5. A rentabilidade na indústria criativa
 - 3.5.1. Rentabilidade económica
 - 3.5.2. Rentabilidade do tempo
 - 3.5.3. Contabilidade financeira
- 3.6. Tesouraria: liquidez e solvência
 - 3.6.1. Fluxo de caixa
 - 3.6.2. Balanço e demonstração de resultados
 - 3.6.3. Liquidação e alavancagem
- 3.7. Fórmulas de financiamento atualmente no mercado criativo
 - 3.7.1. Fundos de capital de risco
 - 3.7.2. *Business Angels*
 - 3.7.3. Convites à apresentação de propostas e subvenções
- 3.8. Preços de produtos na indústria criativa
 - 3.8.1. Fixação de preços
 - 3.8.2. Lucro vs. Concorrência
 - 3.8.3. Estratégia de Preços
- 3.9. Estratégia de fixação de preços no sector criativo
 - 3.9.1. Tipos de estratégias de preços
 - 3.9.2. Vantagens
 - 3.9.3. Desvantagens
- 3.10. Orçamentos operacionais
 - 3.10.1. Ferramentas de planeamento estratégico
 - 3.10.2. Elementos incluídos no orçamento operacional
 - 3.10.3. Desenvolvimento e execução do orçamento operacional

Módulo 4. *Futures Thinking*: como transformar o hoje a partir de amanhã?

- 4.1. Metodologia *Futures Thinking*
 - 4.1.1. Metodologia *Futures Thinking*
 - 4.1.2. Vantagens da utilização desta metodologia
 - 4.1.3. O papel do "futurista" na empresa criativa
- 4.2. Sinais de mudança
 - 4.2.1. Sinais de mudança
 - 4.2.2. Identificação dos sinais de mudança
 - 4.2.3. Interpretação de sinais
- 4.3. Tipos de futuros
 - 4.3.1. Viagem ao passado
 - 4.3.2. Os quatro tipos de futuros
 - 4.3.3. Aplicação da metodologia *Futures Thinking* no trabalho
- 4.4. *Previsão do futuro*
 - 4.4.1. À procura de *Drivers*
 - 4.4.2. Como criar uma previsão para o futuro
 - 4.4.3. Como escrever um cenário futuro
- 4.5. Técnicas de estimulação mental
 - 4.5.1. Passado, futuro e empatia
 - 4.5.2. Factos vs. experiência
 - 4.5.3. Rotas alternativas
- 4.6. Previsão colaborativa
 - 4.6.1. O futuro como um jogo
 - 4.6.2. *Future Wheel*
 - 4.6.3. O futuro a partir de diferentes abordagens
- 4.7. Vitórias épicas
 - 4.7.1. Da descoberta à proposta de inovação
 - 4.7.2. A vitória épica
 - 4.7.3. A equidade no jogo do futuro

- 4.8. Futuros preferidos
 - 4.8.1. Futuros preferidos
 - 4.8.2. Técnicas
 - 4.8.3. Trabalhar de trás para a frente a partir do futuro
- 4.9. Das previsões às ações
 - 4.9.1. Imagens do futuro
 - 4.9.2. Artefactos do futuro
 - 4.9.3. Roteiro
- 4.10. ODS: Uma visão global e multidisciplinar do futuro
 - 4.10.1. O desenvolvimento sustentável como um objetivo global
 - 4.10.2. A gestão do ser humano na natureza
 - 4.10.3. Sustentabilidade social

Módulo 5. Gestão de consumidores ou utilizadores em empresas criativas

- 5.1. O utilizador no contexto atual
 - 5.1.1. A mudança do consumidor em tempos recentes
 - 5.1.2. A importância da Investigação
 - 5.1.3. Análise de tendências
- 5.2. Estratégia centrada nas pessoas
 - 5.2.1. A estratégia *Human Centric*
 - 5.2.2. Chaves e benefícios de ser *Human Centric*
 - 5.2.3. Casos de sucesso
- 5.3. Os dados na estratégia *Human Centric*
 - 5.3.1. Os dados na estratégia *Human Centric*
 - 5.3.2. O valor dos dados
 - 5.3.3. Vista 360° do cliente
- 5.4. Implantação da estratégia *Human Centric* na indústria criativa
 - 5.4.1. Transformar a informação dispersa em conhecimento do cliente
 - 5.4.2. Análise da oportunidade
 - 5.4.3. Estratégias e iniciativas de maximização
- 5.5. Metodologia *Human Centric*
 - 5.5.1. Da investigação à prototipagem
 - 5.5.2. Modelo de diamante duplo: processo e fases
 - 5.5.3. Ferramentas





- 5.6. *Design Thinking*
 - 5.6.1. O *Design Thinking*
 - 5.6.2. Metodologia
 - 5.6.3. Técnicas e ferramentas de *Design Thinking*
- 5.7. Posicionamento da marca na mente do utilizador
 - 5.7.1. A análise do Posicionamento
 - 5.7.2. Tipologia
 - 5.7.3. Metodologia e ferramentas
- 5.8. *User Insights* nas empresas criativas
 - 5.8.1. Os *Insights* e a sua importância
 - 5.8.2. *Customer Journey* e a relevância do *Journey Map*
 - 5.8.3. Técnicas de investigação
- 5.9. Perfil dos utilizadores (arquétipos e *Buyer persona*)
 - 5.9.1. Arquétipos
 - 5.9.2. *Buyer persona*
 - 5.9.3. Metodologia de análise
- 5.10. Recursos e técnicas de investigação
 - 5.10.1. Técnicas em contexto
 - 5.10.2. Técnicas de visualização e criação
 - 5.10.3. Técnicas de contraste de voz

Módulo 6. *Creative Branding*: comunicação e gestão de marcas criativas

- 6.1. *Brands and Branding*
 - 6.1.1. As marcas
 - 6.1.2. Evolução do *Branding*
 - 6.1.3. Posicionamento, personalidade de marca, notoriedade
- 6.2. Construção da marca
 - 6.2.1. *Marketing Mix*
 - 6.2.2. Arquitetura de Marca
 - 6.2.3. Identidade de marca
- 6.3. Expressão da marca
 - 6.3.1. Identidade gráfica
 - 6.3.2. Expressão visual
 - 6.3.3. Outros elementos que refletem a marca

- 6.4. Comunicação
 - 6.4.1. Abordagens
 - 6.4.2. *Brand Touchpoints*
 - 6.4.3. Técnicas e ferramentas de comunicação
- 6.5. *Branded Content*
 - 6.5.1. Das marcas às plataformas de entretenimento
 - 6.5.2. O aumento do conteúdo de marca
 - 6.5.3. Ligação com o público através de contos únicos
- 6.6. *Visual Storytelling*
 - 6.6.1. Análise da marca
 - 6.6.2. Conceitos de publicidade criativa
 - 6.6.3. Venda criativa
- 6.7. *Customer Experience*
 - 6.7.1. *Customer Experience (cx)*
 - 6.7.2. *Customer Journey*
 - 6.7.3. Alinhamento da marca e cx
- 6.8. Planeamento estratégico
 - 6.8.1. Objetivos
 - 6.8.2. Identificação de audiências e *insights*
 - 6.8.3. O desenho da estratégia
- 6.9. *Performance*
 - 6.9.1. *O Briefing*
 - 6.9.2. Táticas
 - 6.9.3. Plano de produção
- 6.10. Avaliação
 - 6.10.1. O que avaliar?
 - 6.10.2. Como avaliar? (Ferramentas de medição)
 - 6.10.3. Relatórios de resultados

Módulo 7. Liderança e inovação nas Indústrias Criativas

- 7.1. Criatividade aplicada à indústria
 - 7.1.1. Expressão criativa
 - 7.1.2. Recursos criativos
 - 7.1.3. Técnicas criativas
- 7.2. A nova cultura de inovação
 - 7.2.1. O contexto da inovação
 - 7.2.2. Porque é que a inovação falha?
 - 7.2.3. Teorias académicas
- 7.3. Dimensões e alavancas da inovação
 - 7.3.1. Os planos ou dimensões da inovação
 - 7.3.2. Atitudes para a inovação
 - 7.3.3. Intra-empendedorismo e tecnologia
- 7.4. Constrangimentos e barreiras à inovação na indústria criativa
 - 7.4.1. Restrições pessoais e de grupo
 - 7.4.2. Restrições sociais e organizações
 - 7.4.3. Restrições industriais e tecnológicas
- 7.5. Inovação fechada e inovação aberta
 - 7.5.1. Da Inovação fechada à inovação aberta
 - 7.5.2. Práticas para implementar a inovação aberta
 - 7.5.3. Experiências de inovação aberta nas empresas
- 7.6. Modelos de negócio inovadores nas IC
 - 7.6.1. Tendências comerciais na economia criativa
 - 7.6.2. Casos de Estudo
 - 7.6.3. Revolução sectorial
- 7.7. Liderar e gerir uma estratégia de inovação
 - 7.7.1. Impulsionar a adoção
 - 7.7.2. Liderar o processo
 - 7.7.3. *Mapas de portefólios*

- 7.8. Financiamento da inovação
 - 7.8.1. CFO: investidor de capital de risco
 - 7.8.2. Financiamento dinâmico
 - 7.8.3. Respondendo aos desafios
- 7.9. Hibridização: inovar na economia criativa
 - 7.9.1. Interseção de sectores
 - 7.9.2. Gerar soluções disruptivas
 - 7.9.3. O efeito *Medici*
- 7.10. Novos ecossistemas criativos e inovadores
 - 7.10.1. Geração de ambientes inovadores
 - 7.10.2. A criatividade como forma de vida
 - 7.10.3. Ecossistemas

Módulo 8. A transformação digital na indústria criativa

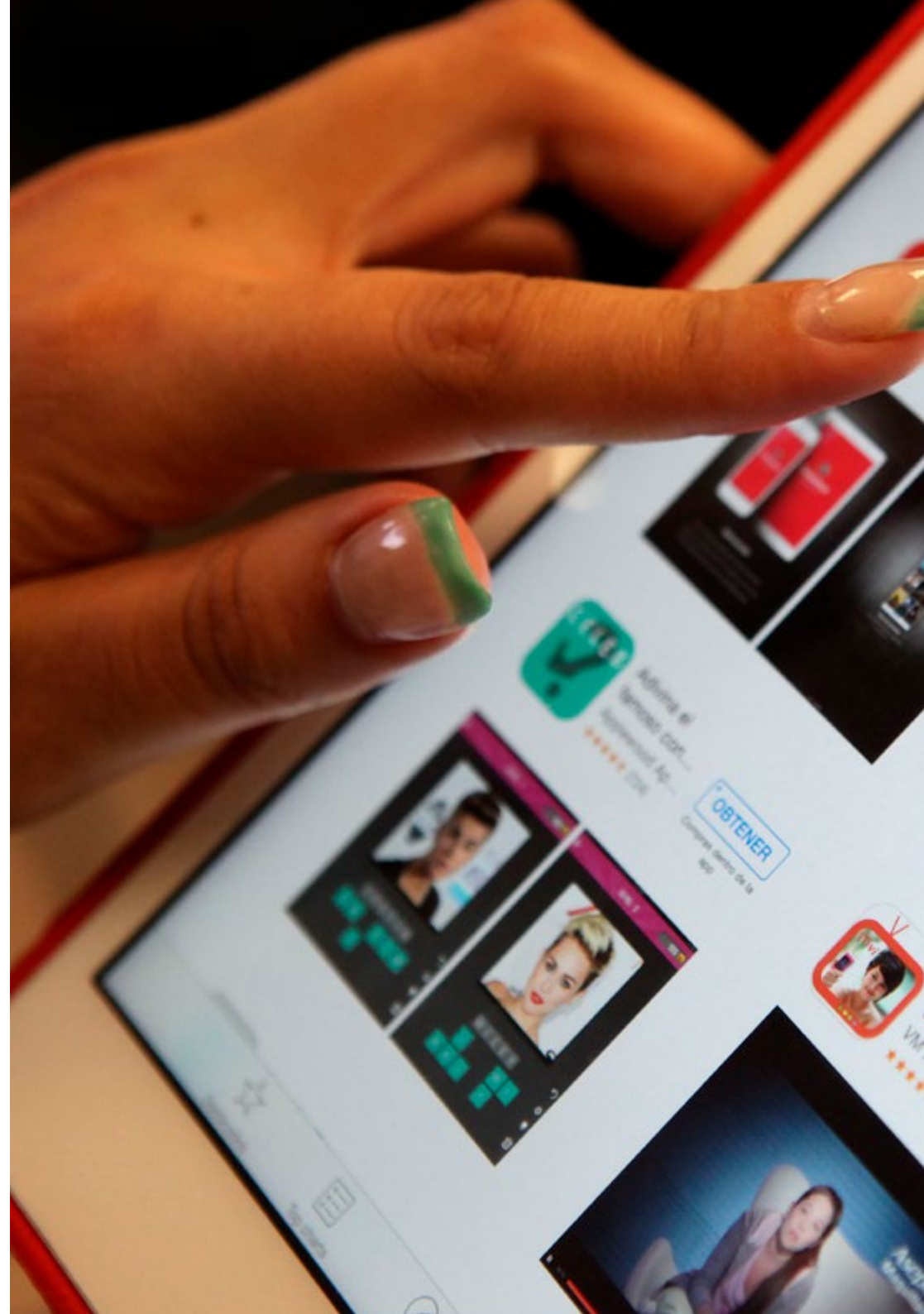
- 8.1. *Digital Future* da indústria criativa
 - 8.1.1. Transformação digital
 - 8.1.2. Situação do sector e sua comparação
 - 8.1.3. Desafios futuros
- 8.2. Quarta revolução industrial
 - 8.2.1. A revolução industrial
 - 8.2.2. Aplicação
 - 8.2.3. Impactos
- 8.3. Viabilizadores digitais para o crescimento
 - 8.3.1. Eficácia operacional, aceleração e melhoria
 - 8.3.2. Transformação digital contínua
 - 8.3.3. Soluções e serviços para as Indústrias Criativas
- 8.4. Aplicação da *Big Data* na empresa
 - 8.4.1. Valor dos dados
 - 8.4.2. Os dados na tomada de decisões
 - 8.4.3. *Data Driven Company*
- 8.5. Tecnologia cognitiva
 - 8.5.1. IA e *Digital Interaction*

- 8.5.2. IoT e robótica
- 8.5.3. Outras práticas digitais
- 8.6. Usos e aplicações da tecnologia *Blockchain*
 - 8.6.1. *Blockchain*
 - 8.6.2. Valor para o sector das IC
 - 8.6.3. Versatilidade das transações
- 8.7. Omnicanal e desenvolvimento de transmedia
 - 8.7.1. Impacto no sector
 - 8.7.2. Análise do desafio
 - 8.7.3. Desenvolvimentos
- 8.8. Ecossistemas de empreendedorismo
 - 8.8.1. O papel da inovação e o *Venture Capital*
 - 8.8.2. O ecossistema *Start-up* e os agentes que o compõem
 - 8.8.3. Como maximizar a relação entre o agente criativo e as *Start-up*
- 8.9. Novos modelos de negócio disruptivos
 - 8.9.1. Baseado na comercialização (plataformas e *Marketplaces*)
 - 8.9.2. Baseado na prestação de serviços (modelos *Freemium*, *Premium* ou subscrição)
 - 8.9.3. Baseado em comunidades (a partir de *Crowdfunding*, redes sociais ou *Blogs*)
- 8.10. Metodologias para promover a cultura da inovação na indústria criativa
 - 8.10.1. Estratégia de Inovação do Oceano Azul
 - 8.10.2. Estratégia de inovação *Lean Start-up*
 - 8.10.3. Estratégia de inovação *Agile*

Módulo 9. Novas Estratégia de *Marketing* digital

- 9.1. Tecnologia e audiências
 - 9.1.1. Estratégia digital e diferenças entre os tipos de utilizadores
 - 9.1.2. Público-alvo, fatores de exclusão e gerações
 - 9.1.3. O *Ideal Customer Profile* (ICP) e a *Buyer persona*
- 9.2. Análise digital para diagnóstico
 - 9.2.1. Da Análise pré-estratégica à estratégia digital
 - 9.2.2. Momento 0
 - 9.2.3. KPIs e métricas, tipologias, classificação de acordo com metodologias

- 9.3. *E-entertainment*: o impacto do e-commerce na indústria de entretenimento
 - 9.3.1. *E-commerce*, tipologias e plataformas
 - 9.3.2. A importância do design da web: UX e UI
 - 9.3.3. Otimização do espaço online: requisitos mínimos
- 9.4. *Social Media e influencer de marketing*
 - 9.4.1. Impacto e evolução do *Marketing* em redes
 - 9.4.2. Persuasão, chaves para o conteúdo e ações virais
 - 9.4.3. Planificar campanhas de *Social Marketing* e *Influencer Marketing*
- 9.5. *Mobile Marketing*
 - 9.5.1. Utilizador *Mobile*
 - 9.5.2. *Web Mobile* e *Apps*
 - 9.5.3. Ações de *Mobile Marketing*
- 9.6. Publicidade em ambientes online
 - 9.6.1. Publicidade nas redes sociais e os objetivos da *Social Ads*
 - 9.6.2. O funil de conversão ou *Purchase Funnel*: categorias
 - 9.6.3. Plataformas de *Social Ads*
- 9.7. A metodologia *Inbound Marketing*
 - 9.7.1. *Social Selling*, principais pilares e estratégia
 - 9.7.2. A plataforma CRM numa estratégia digital
 - 9.7.3. O *Inbound Marketing* ou *Marketing* de atração: ações e SEO
- 9.8. Automatização do *Marketing*
 - 9.8.1. *E-mail Marketing* e tipologia de *E-mails*
 - 9.8.2. Automatização do *Email Marketing*, aplicações, plataformas e vantagens
 - 9.8.3. O aparecimento do *Bot & Chatbot Marketing*: tipologia e plataformas
- 9.9. Ferramentas de gestão de dados
 - 9.9.1. CRM em estratégia digital, tipologias e aplicações, plataformas e tendências
 - 9.9.2. *Big Data* *Big Data*, *Business Analytics* e *Business Intelligence*
 - 9.9.3. *Big Data*, a *Inteligência Artificial* e a *Data Science*
- 9.10. A medição a rentabilidade
 - 9.10.1. ROI: a definição de retorno do investimento e ROI vs. ROAS
 - 9.10.2. Otimização do ROI
 - 9.10.3. Principais métricas



Módulo 10. O empreendedorismo nas Indústrias Criativas

- 10.1. O projeto empreendedor
 - 10.1.1. Empreendedorismo, tipos e ciclo de vida
 - 10.1.2. Perfil do empreendedor
 - 10.1.3. Tópicos de interesse para o empreendedorismo
- 10.2. Liderança pessoal
 - 10.2.1. Autoconhecimento
 - 10.2.2. Capacidade empreendedora
 - 10.2.3. Desenvolvimento de competências e capacidades de liderança empresarial
- 10.3. Identificação de oportunidades de inovação e empreendedorismo
 - 10.3.1. Análise de megatendências e forças competitivas
 - 10.3.2. Comportamento do consumidor e estimativa da procura
 - 10.3.3. Avaliação de oportunidades de negócio
- 10.4. Geração de ideias de negócio na indústria criativa
 - 10.4.1. Ferramentas para geração de ideias: *Brainstorming*, mapas mentais, *Drawstorming*, etc.
 - 10.4.2. Desenho da proposta de valor: *Canvas*, 5 w
 - 10.4.3. Desenvolvimento da proposta de valor
- 10.5. Prototipagem e validação
 - 10.5.1. Desenvolvimento de protótipos
 - 10.5.2. Validação
 - 10.5.3. Ajustes de prototipagem
- 10.6. O desenho dos modelos de negócio
 - 10.6.1. Modelos de negócio
 - 10.6.2. Metodologias para a criação de modelos de negócio
 - 10.6.3. Desenho do modelo de negócio para a ideia proposta
- 10.7. Liderança de equipa
 - 10.7.1. Perfis da equipa de acordo com os temperamentos e a personalidade
 - 10.7.2. Habilidades de líder de equipa
 - 10.7.3. Métodos de trabalho em equipa
- 10.8. Mercados culturais
 - 10.8.1. Natureza dos mercados culturais
 - 10.8.2. Tipos de mercados culturais
 - 10.8.3. Identificação dos mercados culturais locais
- 10.9. Plano de *Marketing e Branding* pessoal
 - 10.9.1. Projeção de projetos pessoais e empreendedores
 - 10.9.2. Plano estratégico de curto e médio prazo
 - 10.9.3. Variáveis para medir o sucesso
- 10.10. *Pitch* de venda
 - 10.10.1. Apresentação do projeto aos investidores
 - 10.10.2. Produzir apresentações atrativas
 - 10.10.3. Desenvolver capacidades de comunicação eficazes



Uma experiência académica que será fundamental para melhorar a sua formação neste ramo profissional”

06 Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.



O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

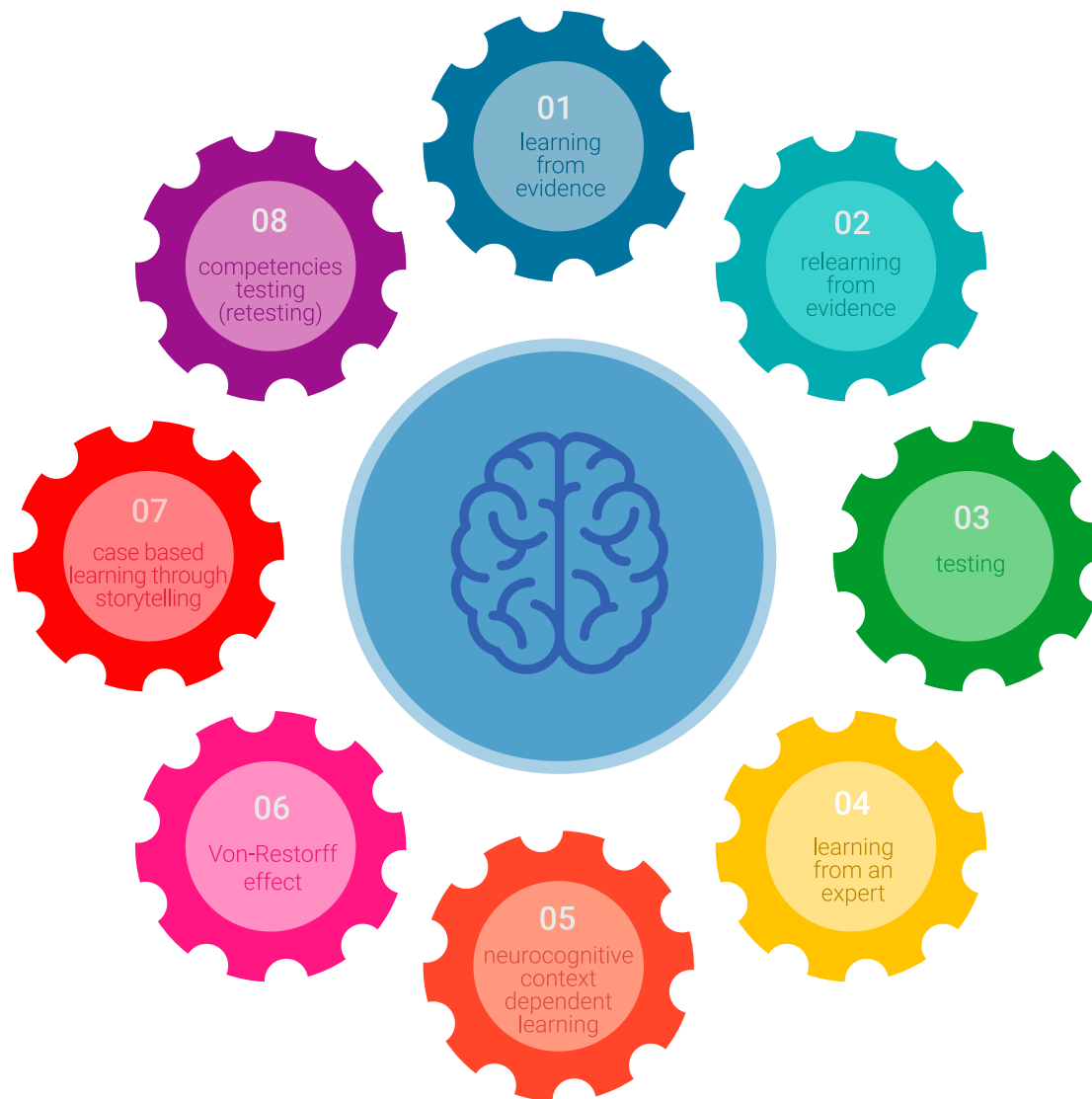
A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

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



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



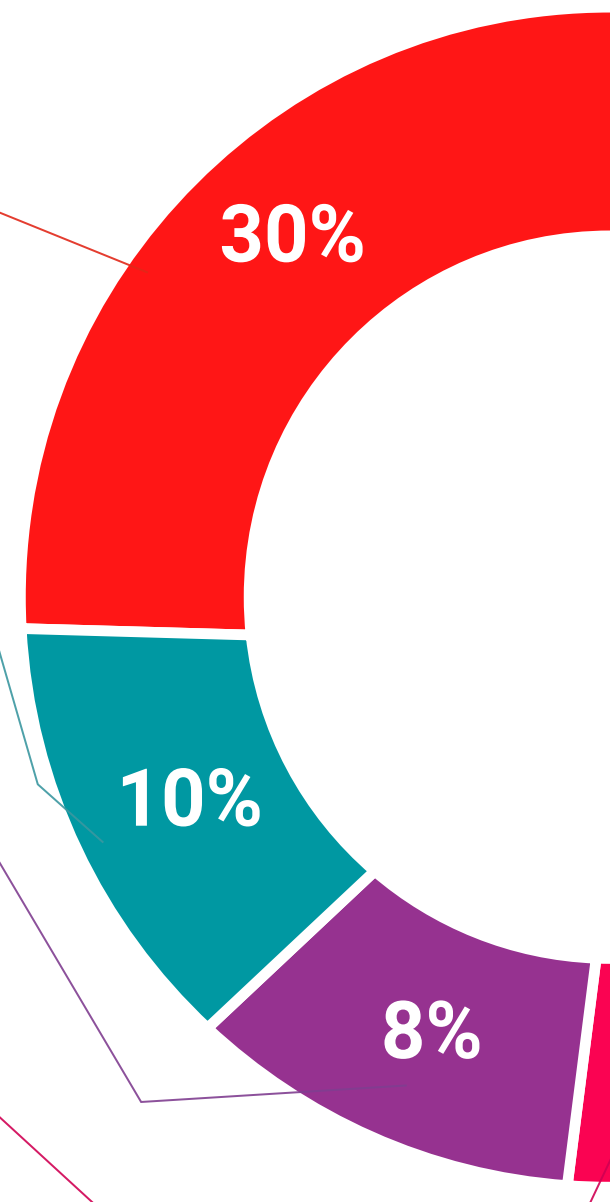
Práticas de aptidões e competências

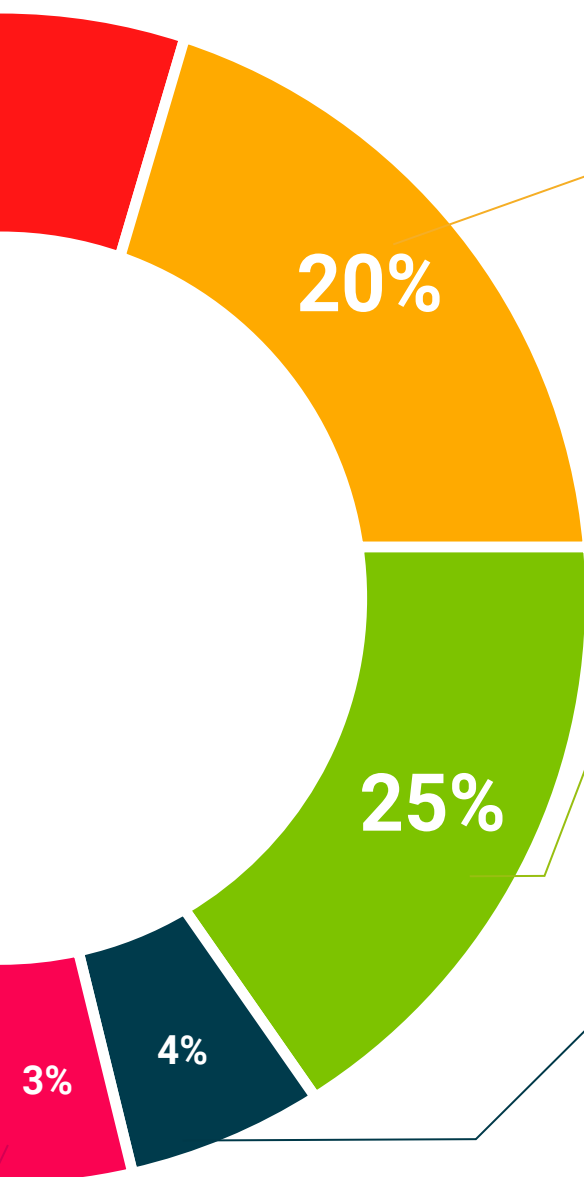
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



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 necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07

Certificação

O MBA em Gestão de Empresas Criativas garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Global University.



“

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

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Mestrado MBA em Gestão de Empresas Criativas** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

A **TECH Global University**, é uma Universidade Europeia Oficial reconhecida publicamente pelo Governo de Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra faz parte do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) desde 2003. O EEES é uma iniciativa promovida pela União Europeia com o objetivo de organizar o modelo de formação internacional e harmonizar os sistemas de ensino superior dos países membros desse espaço. O projeto promove valores comuns, a implementação de ferramentas conjuntas e o fortalecimento de seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, pesquisadores e acadêmicos.

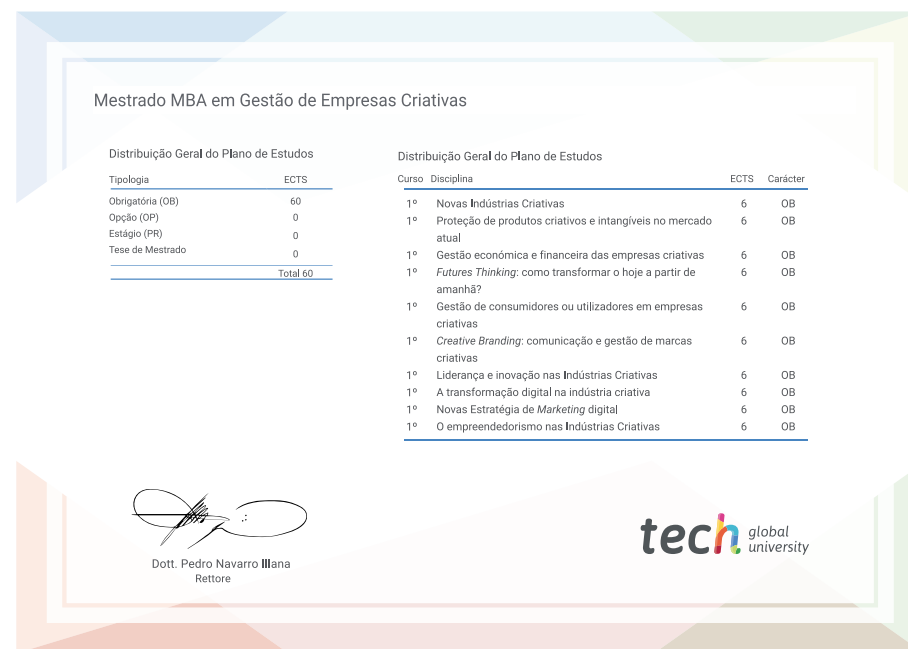
Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Título: **Mestrado MBA em Gestão de Empresas Criativas**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Acreditação: **60 ECTS**



futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento site



Mestrado
MBA em Gestão de
Empresas Criativas

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Exames: online

Mestrado

MBA em Gestão de Empresas Criativas

