

# Mestrado Avançado

## Gestão de Projetos Tecnologicos na Empresa



## Mestrado Avançado Gestão de Projetos Tecnologia nas Empresas

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 120 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: [www.techtitute.com/pt/escola-gestao/mestrado-avancado/mestrado-avancado-gestao-projetos-tecnologia-empresas](http://www.techtitute.com/pt/escola-gestao/mestrado-avancado/mestrado-avancado-gestao-projetos-tecnologia-empresas)

# Índice

01

Apresentação do programa

---

*pág. 4*

02

Porquê estudar na TECH?

---

*pág. 8*

03

Plano de estudos

---

*pág. 12*

04

Objetivos de ensino

---

*pág. 34*

05

Oportunidades de carreira

---

*pág. 42*

06

Metodología de estudo

---

*pág. 46*

07

Corpo docente

---

*pág. 56*

08

Certificação

---

*pág. 78*

01

# Apresentação do programa

A transformação digital redefiniu a maneira como as entidades operam, impulsionando uma maior dependência de iniciativas tecnológicas para alcançar os seus objetivos estratégicos. Neste contexto, a Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa representa um desafio significativo para os profissionais. Isto deve-se ao facto de que devem dispor de uma combinação de competências técnicas, liderança e uma compreensão profunda dos processos empresariais. Com esta ideia em mente, a TECH apresenta um inovador programa universitário online focado neste âmbito, que proporcionará aos profissionais as estratégias mais vanguardistas para garantir o sucesso dos seus Projetos Tecnológicos e a sustentabilidade dos seus negócios.





“

*Com este programa 100% online, irá gerir Projetos Tecnológicos de forma integral e assegurar que os objetivos sejam cumpridos com eficiência”*

Com a rápida evolução das tecnologias, as empresas devem ser capazes de se adaptar e transformar os seus processos para se manterem relevantes. Neste sentido, a Gestão de Projetos Tecnológicos é essencial para garantir que as iniciativas tecnológicas sejam implementadas de forma eficaz, respeitando os prazos, orçamentos e objetivos organizacionais. Por isso, é vital que os profissionais adquiram as competências necessárias para liderar Projetos Tecnológicos dentro das instituições, abordando aspetos chave como a gestão de riscos, a inovação e o impacto das tecnologias emergentes nos resultados empresariais.

Neste contexto, a TECH lança um vanguardista programa em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa. Desenvolvido por referências nesta área, o plano de estudos aprofundará questões que abrangem desde os fundamentos do *management* executivo ou a gestão financeira até ao uso de ferramentas tecnológicas de última geração para aumentar a precisão e qualidade das iniciativas. Deste modo, os alunos serão capazes de gerir Projetos Tecnológicos de forma integral, desde a planificação até à execução, garantindo que os objetivos sejam cumpridos em termos de tempo, custo e qualidade.

Para consolidar todos estes conteúdos didáticos, a TECH utiliza o vanguardista método do *Relearning*, que consiste na repetição progressiva dos conceitos chave para a sua correta assimilação. Além disso, a titulação universitária proporciona aos estudantes, uma diversidade de casos práticos reais, permitindo assim que os profissionais se exercitem em ambientes simulados para os aproximar da realidade de situações de emergência. Neste sentido, para aceder aos recursos educativos, os especialistas apenas necessitarão de um dispositivo eletrónico com ligação à internet. Adicionalmente, um reputado Diretor Internacional Convidado ministrará exaustivas *Masterclasses* que proporcionarão ao aluno competências avançadas.

Este **Mestrado Avançado em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa** 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 Projetos Tecnológicos na Empresa
- ♦ Os conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos, concebidos para oferecer uma informação científica e prática sobre as disciplinas indispensáveis para o exercício profissional
- ♦ Os exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser efetuado a fim de melhorar a aprendizagem
- ♦ O seu especial enfoque em metodologias inovadoras na prática empresarial
- ♦ As lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet



*Um prestigiado Diretor Internacional Convidado oferecerá umas exaustivas Masterclasses para aprofundar as últimas tendências em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa”*

“

*Implementará normas de qualidade em todos os aspetos das iniciativas, assegurando que os resultados satisfazem as expectativas do cliente e os requisitos técnicos”*

O seu corpo docente inclui profissionais pertencentes à área da Gestão de Projetos Tecnológicos nas Empresas, que contribuem com a sua experiência profissional para este programa, bem como especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimédia, elaborado com a mais recente tecnologia educativa, permitirá ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo programado para treinar-se em situações reais.

O design deste plano de estudos está centrado na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o aluno terá de tentar resolver as diversas situações de prática profissional que lhe serão apresentadas ao longo do curso académico. Para tal, o profissional contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

*Com o sistema Relearning da TECH não terá de investir uma grande quantidade de horas de estudo e focar-se-á nos conceitos mais relevantes.*

*Dominará as Metodologias Ágeis para gerir Projetos Tecnológicos de uma forma flexível e adaptável.*



02

# Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior universidade digital do mundo. Com um impressionante catálogo de mais de 14.000 programas universitários, disponíveis em 11 línguas, posiciona-se como líder em empregabilidade, com uma taxa de colocação profissional de 99%. Além disso, possui um enorme corpo docente de mais de 6.000 professores de renome internacional.



“

*Estuda na maior universidade digital do mundo e garante o teu sucesso profissional. O futuro começa na TECH”*

**A melhor universidade online do mundo segundo a FORBES**

A prestigiada revista Forbes, especializada em negócios e finanças, destacou a TECH como «a melhor universidade online do mundo». Foi o que afirmaram recentemente num artigo da sua edição digital, no qual fazem eco da história de sucesso desta instituição, «graças à oferta académica que proporciona, à seleção do seu corpo docente e a um método de aprendizagem inovador destinado a formar os profissionais do futuro».

**Forbes**  
Mejor universidad online del mundo

**Plan**  
de estudios más completo

**Os planos de estudos mais completos do panorama universitário**

A TECH oferece os planos de estudos mais completos do panorama universitário, com programas que abrangem os conceitos fundamentais e, ao mesmo tempo, os principais avanços científicos nas suas áreas científicas específicas. Além disso, estes programas são continuamente atualizados para garantir aos estudantes a vanguarda académica e as competências profissionais mais procuradas. Desta forma, os cursos da universidade proporcionam aos seus alunos uma vantagem significativa para impulsionar as suas carreiras com sucesso.

**O melhor corpo docente top internacional**

O corpo docente da TECH é composto por mais de 6.000 professores de renome internacional. Professores, investigadores e quadros superiores de multinacionais, incluindo Isaiah Covington, treinador de desempenho dos Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal do Harvard MetaLAB; Ignacio Wistumba, presidente do departamento de patologia molecular translacional do MD Anderson Cancer Center; e D.W. Pine, diretor criativo da revista TIME, entre outros.

Profesorado  
**TOP**  
Internacional

La metodología más eficaz

**Um método de aprendizagem único**

A TECH é a primeira universidade a utilizar o *Relearning* em todos os seus cursos. É a melhor metodologia de aprendizagem online, acreditada com certificações internacionais de qualidade de ensino, fornecidas por agências educacionais de prestígio. Além disso, este modelo académico disruptivo é complementado pelo "Método do Caso", configurando assim uma estratégia única de ensino online. São também implementados recursos didáticos inovadores, incluindo vídeos detalhados, infografias e resumos interativos.

**A maior universidade digital do mundo**

A TECH é a maior universidade digital do mundo. Somos a maior instituição educativa, com o melhor e mais extenso catálogo educativo digital, cem por cento online e abrangendo a grande maioria das áreas do conhecimento. Oferecemos o maior número de títulos próprios, pós-graduações e licenciaturas oficiais do mundo. No total, são mais de 14.000 títulos universitários, em onze línguas diferentes, o que nos torna a maior instituição de ensino do mundo.

**nº1**  
Mundial  
Mayor universidad online del mundo

#### A universidade online oficial da NBA

A TECH é a Universidade Online Oficial da NBA. Através de um acordo com a maior liga de basquetebol, oferece aos seus estudantes programas universitários exclusivos, bem como uma grande variedade de recursos educativos centrados no negócio da liga e noutras áreas da indústria desportiva. Cada programa tem um plano de estudos único e conta com oradores convidados excepcionais: profissionais com um passado desportivo distinto que oferecem os seus conhecimentos sobre os temas mais relevantes.

#### Líderes em empregabilidade

A TECH conseguiu tornar-se a universidade líder em empregabilidade. 99% dos seus estudantes conseguem um emprego na área académica que estudaram, no prazo de um ano após a conclusão de qualquer um dos programas da universidade. Um número semelhante consegue uma melhoria imediata da sua carreira. Tudo isto graças a uma metodologia de estudo que baseia a sua eficácia na aquisição de competências práticas, absolutamente necessárias para o desenvolvimento profissional.



#### Google Partner Premier

O gigante tecnológico americano atribuiu à TECH o distintivo Google Partner Premier. Este prémio, que só está disponível para 3% das empresas no mundo, destaca a experiência eficaz, flexível e adaptada que esta universidade proporciona aos estudantes. O reconhecimento não só acredita o máximo rigor, desempenho e investimento nas infra-estruturas digitais da TECH, mas também coloca esta universidade como uma das empresas de tecnologia mais avançadas do mundo.



#### A universidade mais bem classificada pelos seus alunos

Os alunos posicionaram a TECH como a universidade mais bem avaliada do mundo nos principais portais de opinião, destacando a sua classificação máxima de 4,9 em 5, obtida a partir de mais de 1.000 avaliações. Estes resultados consolidam a TECH como uma instituição universitária de referência internacional, refletindo a excelência e o impacto positivo do seu modelo educativo.



# 03

## Plano de estudos

Por meio deste programa completíssimo, os profissionais disporão de um conhecimento integral relativo à Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa. O itinerário académico aprofundar-se-á em áreas que abrangem desde os fundamentos do *management* executivo ou o controlo económico das iniciativas até à implementação de metodologias ágeis, como o Lean, para melhorar significativamente a eficiência operacional das organizações. Deste modo, os alunos obterão competências de liderança avançadas para dirigir equipas de trabalho multidisciplinares e superar qualquer desafio tecnológico, garantindo o sucesso sustentável das entidades.





“

*Aprofundar-se-á nas metodologias mais sofisticadas para assegurar que os Projetos Tecnológicos se destaquem pela sua elevada qualidade”*

## Módulo 1. Liderança ética e Responsabilidade Social das empresas

- 1.1. Globalização e governança
  - 1.1.1. Governança e governo corporativo
  - 1.1.2. Fundamentos do governo corporativo nas empresas
  - 1.1.3. O papel do conselho de administração no quadro da governação das empresas
- 1.2. Liderança
  - 1.2.1. Liderança. Uma abordagem conceptual
  - 1.2.2. Liderança nas empresas
  - 1.2.3. A importância do líder na gestão de empresas
- 1.3. *Cross cultural management*
  - 1.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*
  - 1.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
  - 1.3.3. Gestão da diversidade
- 1.4. Desenvolvimento executivo e liderança
  - 1.4.1. Conceito de desenvolvimento de gestão
  - 1.4.2. Conceito de liderança
  - 1.4.3. Teorias de liderança
  - 1.4.4. Estilos de liderança
  - 1.4.5. Inteligência na liderança
  - 1.4.6. Os desafios da liderança nos dias de hoje
- 1.5. Ética empresarial
  - 1.5.1. Ética e moral
  - 1.5.2. Ética empresarial
  - 1.5.3. Liderança e ética nas empresas
- 1.6. Sustentabilidade
  - 1.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
  - 1.6.2. Agenda 2030
  - 1.6.3. Empresas sustentáveis
- 1.7. Responsabilidade Social da empresa
  - 1.7.1. Dimensão internacional da Responsabilidade Social das empresas
  - 1.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
  - 1.7.3. Impacto e medição da Responsabilidade Social da Empresa

- 1.8. Sistemas e ferramentas de gestão responsável
  - 1.8.1. RSE: Responsabilidade Social das Empresas
  - 1.8.2. Aspectos essenciais para a aplicação de uma estratégia de gestão responsável
  - 1.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão da Responsabilidade Social das Empresas
  - 1.8.4. Ferramentas e padrões da Responsabilidade Social nas Empresas
- 1.9. Multinacionais e Direitos Humanos
  - 1.9.1. Globalização, empresas multinacionais e Direitos Humanos
  - 1.9.2. Empresas Multinacionais perante o direito internacional
  - 1.9.3. Instrumentos jurídicos para as multinacionais no domínio dos Direitos Humanos
- 1.10. Ambiente legal e *corporate governance*
  - 1.10.1. Normas Internacionais de importação e exportação
  - 1.10.2. Propriedade intelectual e industrial
  - 1.10.3. Direito internacional do trabalho

## Módulo 2. Direção estratégica e *Management* Executivo

- 2.1. Análise e design organizacional
  - 2.1.1. Quadro Conceitual
  - 2.1.2. Fatores-chave no design organizacional
  - 2.1.3. Modelos básicos de organizações
  - 2.1.4. Design organizacional: tipologias
- 2.2. Estratégia Empresarial
  - 2.2.1. Estratégia empresarial competitiva
  - 2.2.2. Estratégias de crescimento: Tipologia
  - 2.2.3. Quadro conceitual
- 2.3. Planeamento e formulação estratégica
  - 2.3.1. Quadro conceitual
  - 2.3.2. Elementos do planeamento estratégico
  - 2.3.3. Formulação estratégica: Processo de planeamento estratégico
- 2.4. Pensamento estratégico
  - 2.4.1. A empresa como um sistema
  - 2.4.2. Conceito de organização

- 2.5. Diagnóstico financeiro
  - 2.5.1. Conceito de diagnóstico financeiro
  - 2.5.2. Etapas do diagnóstico financeiro
  - 2.5.3. Métodos de avaliação para diagnóstico financeiro
- 2.6. Planeamento e estratégia
  - 2.6.1. O plano de uma estratégia
  - 2.6.2. Posicionamento estratégico
  - 2.6.3. Estratégia na empresa
- 2.7. Modelos e padrões estratégicos
  - 2.7.1. Quadro conceitual
  - 2.7.2. Modelos estratégicos
  - 2.7.3. Padrões estratégicos: Os cinco P's da estratégia
- 2.8. Estratégia competitiva
  - 2.8.1. Vantagem competitiva
  - 2.8.2. Seleção de uma estratégia competitiva
  - 2.8.3. Estratégias de acordo com o Modelo do Relógio Estratégico
  - 2.8.4. Tipos de Estratégias de acordo com o ciclo de vida do setor industrial
- 2.9. Direção estratégica
  - 2.9.1. O conceito de Estratégia
  - 2.9.2. O processo de gestão estratégica
  - 2.9.3. Abordagens à gestão estratégica
- 2.10. Implementação da estratégia
  - 2.10.1. Sistemas indicadores e abordagem do processo
  - 2.10.2. Mapa estratégico
  - 2.10.3. Alinhamento estratégico
- 2.11. *Management* Executivo
  - 2.11.1. Marco conceptual do *Management* Executivo
  - 2.11.2. *Management* Executivo. O papel do conselho de administração e ferramentas de gestão corporativas
- 2.12. Comunicação estratégica
  - 2.12.1. Comunicação interpessoal
  - 2.12.2. Capacidade de comunicação e influência
  - 2.12.3. Comunicação interna
  - 2.12.4. Obstáculos à comunicação empresarial

### Módulo 3. Gestão de pessoas e gestão do talento

- 3.1. Comportamento organizacional
  - 3.1.1. Comportamento organizacional. Quadro conceitual
  - 3.1.2. Principais fatores do comportamento organizacional
- 3.2. As pessoas nas organizações
  - 3.2.1. Qualidade de vida profissional e bem-estar psicológico
  - 3.2.2. Equipas de trabalho e direção de reuniões
  - 3.2.3. Coaching e gestão de equipas
  - 3.2.4. Gestão da igualdade e da diversidade
- 3.3. Gestão estratégica de pessoas
  - 3.3.1. Direção estratégica e recursos humanos
  - 3.3.2. Gestão estratégica de pessoas
- 3.4. Desenvolvimento de Recursos. Uma visão integrada
  - 3.4.1. A Importância de Recursos Humanos
  - 3.4.2. Um novo meio para a gestão e liderança de pessoas
  - 3.4.3. Direção Estratégica de Recursos Humanos
- 3.5. Seleção, dinâmicas de grupo e recrutamento de Recursos Humanos
  - 3.5.1. Abordagem ao recrutamento e à seleção
  - 3.5.2. Recrutamento
  - 3.5.3. O processo de seleção
- 3.6. Gestão de recursos humanos baseada na competência
  - 3.6.1. Análise do potencial
  - 3.6.2. Política de remuneração
  - 3.6.3. Planeamento de carreira/sucessão
- 3.7. Avaliação da produtividade e gestão do desempenho
  - 3.7.1. Gestão de desempenho
  - 3.7.2. Gestão do desempenho: objetivos e processo
- 3.8. Gestão da formação
  - 3.8.1. Teorias da aprendizagem
  - 3.8.2. Identificação e retenção de talento
  - 3.8.3. Gamificação e gestão de talento
  - 3.8.4. Formação e obsolescência profissional

- 3.9. Gestão do talento
  - 3.9.1. Chaves para uma gestão positiva
  - 3.9.2. Origem conceitual do talento e a sua implicação na empresa
  - 3.9.3. Mapa de talentos na organização
  - 3.9.4. Custo e valor acrescentado
- 3.10. Inovação na gestão de talentos e pessoas
  - 3.10.1. Modelos estratégicos de gestão de talentos
  - 3.10.2. Identificação, formação e desenvolvimento de talentos
  - 3.10.3. Fidelização e retenção
  - 3.10.4. Proatividade e inovação
- 3.11. Motivação
  - 3.11.1. A natureza da motivação
  - 3.11.2. Teoria das expectativas
  - 3.11.3. Teorias das necessidades
  - 3.11.4. Motivação e compensação financeira
- 3.12. *Employer Branding*
  - 3.12.1. *Employer branding* em Recursos Humanos
  - 3.12.2. *Personal Branding* para profissionais de Recursos Humanos
- 3.13. Desenvolvimento de equipas de alto desempenho
  - 3.13.1. Equipas de elevado desempenho: equipas autogeridas
  - 3.13.2. Metodologias para a gestão de equipas autogeridas de alto desempenho
- 3.14. Desenvolvimento de competências de gestão
  - 3.14.1. O que são as competências de gestão?
  - 3.14.2. Elementos das competências
  - 3.14.3. Conhecimento
  - 3.14.4. Competências de gestão
  - 3.14.5. Atitudes e valores nos gestores
  - 3.14.6. Competências de gestão
- 3.15. Gestão do tempo
  - 3.15.1. Benefícios
  - 3.15.2. Quais podem ser as causas de uma má gestão do tempo?
  - 3.15.3. Tempo
  - 3.15.4. As ilusões do tempo
  - 3.15.5. Atenção e memória
  - 3.15.6. Estado mental
  - 3.15.7. Gestão do tempo
  - 3.15.8. Proatividade
  - 3.15.9. Ser claro quanto ao objetivo
  - 3.15.10. Ordem
  - 3.15.11. Planeamento
- 3.16. Gestão da mudança
  - 3.16.1. Gestão da mudança
  - 3.16.2. Desenvolvimento de sistemas de gestão de mudança
  - 3.16.3. Etapas ou fases da gestão da mudança
- 3.17. Negociação e gestão de conflitos
  - 3.17.1. Negociação
  - 3.17.2. Gestão de Conflitos
  - 3.17.3. Gestão de Crises
- 3.18. Comunicação executiva
  - 3.18.1. Comunicação interna e externa no ambiente empresarial
  - 3.18.2. Departamentos de Comunicação
  - 3.18.3. A pessoa responsável pela comunicação da empresa. O perfil do DirCom
- 3.19. Gestão de Recursos Humanos e equipas de Prevenção de Riscos Laborais
  - 3.19.1. Gestão de Recursos Humanos e equipas
  - 3.19.2. Prevenção de Riscos Laborais
- 3.20. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
  - 3.20.1. Produtividade
  - 3.20.2. Alavancas de atração e retenção de talentos
- 3.21. Compensação monetária vs. Não monetária
  - 3.21.1. Compensação monetária vs. Não monetária
  - 3.21.2. Modelos de tabelas salariais
  - 3.21.3. Modelos de compensação não monetária
  - 3.21.4. Modelo de trabalho
  - 3.21.5. Comunidade empresarial
  - 3.21.6. A Imagem da empresa
  - 3.21.7. Salário emocional

- 3.22. Inovação na gestão de talentos e pessoas
    - 3.22.1. Inovação nas organizações
    - 3.22.2. Novos desafios para o departamento de Recursos Humanos
    - 3.22.3. Gestão da inovação
    - 3.22.4. Ferramentas para a inovação
  - 3.23. Gestão do conhecimento e do talento
    - 3.23.1. Gestão do conhecimento e do talento
    - 3.23.2. Implementação da gestão do conhecimento
  - 3.24. Transformação de recursos humanos na era digital
    - 3.24.1. O contexto socioeconómico
    - 3.24.2. Novas formas de organização empresarial
    - 3.24.3. Novas metodologias
- Módulo 4. Direção económico-financeira**
- 4.1. Meio económico
    - 4.1.1. Enquadramento macroeconómico e sistema financeiro nacional
    - 4.1.2. Instituições financeiras
    - 4.1.3. Mercados financeiros
    - 4.1.4. Ativos financeiros
    - 4.1.5. Outras entidades do setor financeiro
  - 4.2. O financiamento da empresa
    - 4.2.1. Fontes de financiamento
    - 4.2.2. Taxas de custo de financiamento
  - 4.3. Contabilidade de gestão
    - 4.3.1. Conceitos básicos
    - 4.3.2. O ativo da empresa
    - 4.3.3. O passivo da empresa
    - 4.3.4. O património Líquido da empresa
    - 4.3.5. A declaração de rendimentos
  - 4.4. Da contabilidade geral à contabilidade de custos
    - 4.4.1. Elementos de cálculo de custos
    - 4.4.2. A despesa em contabilidade geral e em contabilidade de custos
    - 4.4.3. Classificação dos custos
  - 4.5. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
    - 4.5.1. Fundamentos e classificação
    - 4.5.2. Fases e métodos de repartição de custos
    - 4.5.3. Escolha do centro de custos e efeito
  - 4.6. Orçamento e controlo de gestão
    - 4.6.1. O modelo orçamental
    - 4.6.2. O Orçamento de capital
    - 4.6.3. O orçamento operacional
    - 4.6.5. O Orçamento de tesouraria
    - 4.6.6. Controlo orçamental
  - 4.7. Gestão de tesouraria
    - 4.7.1. Fundo de manobra contável e fundo de manuseio necessário
    - 4.7.2. Cálculo das necessidades operacionais de tesouraria
    - 4.7.3. *Credit Management*
  - 4.8. Responsabilidade fiscal das empresas
    - 4.8.1. Conceitos básicos de fiscalidade
    - 4.8.2. O imposto sobre as sociedades
    - 4.8.3. O imposto sobre o valor acrescentado
    - 4.8.4. Outros impostos relacionados com a atividade comercial
    - 4.8.5. A empresa como facilitadora da labor do Estado
  - 4.9. Sistemas de controlo empresarial
    - 4.9.1. Análise dos balanços financeiros
    - 4.9.2. O balanço da empresa
    - 4.9.3. A conta de ganhos e perdas
    - 4.9.4. O estado de fluxos de caixa
    - 4.9.5. Análise de rácios
  - 4.10. Direção Financeira
    - 4.10.1. As decisões financeiras da empresa
    - 4.10.2. O departamento financeiro
    - 4.10.3. Excedentes de tesouraria
    - 4.10.4. Riscos associados à gestão financeira
    - 4.10.5. Gestão de riscos da gestão financeira

- 4.11. Planeamento Financeiro
  - 4.11.1. Definição de planeamento financeiro
  - 4.11.2. Ações a realizar no planeamento financeiro
  - 4.11.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
  - 4.11.4. O quadro *cash flow*
  - 4.11.5. O quadro do ativo circulante
- 4.12. Estratégia financeira corporativa
  - 4.12.1. Estratégia empresarial e fontes de financiamento
  - 4.12.2. Produtos financeiros para empresas
- 4.13. Contexto macroeconómico
  - 4.13.1. Contexto macroeconómico
  - 4.13.2. Indicadores económicos relevantes
  - 4.13.3. Mecanismos de controlo das magnitudes macroeconómicas
  - 4.13.4. Os ciclos económicos
- 4.14. Financiamento estratégico
  - 4.14.1. Autofinanciamento
  - 4.14.2. Aumento dos fundos próprios
  - 4.14.3. Recursos híbridos
  - 4.14.4. Financiamento através de intermediários
- 4.15. Mercados monetários e de capitais
  - 4.15.1. O mercado monetário
  - 4.15.2. Mercado de renda Fixa
  - 4.15.3. Mercado de renda Variável
  - 4.15.4. O mercado de divisas
  - 4.15.5. O mercado de derivados
- 4.16. Análise e planeamento financeiro
  - 4.16.1. Análise do balanço de situação
  - 4.16.2. Análise da conta de resultados
  - 4.16.3. Análise da rentabilidade
- 4.17. Análise e resolução de casos/problemas
  - 4.17.1. Informação financeira da Industria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

## Módulo 5. Direção de operações e logística

- 5.1. Direção e gestão de operações
  - 5.1.1. A função das operações
  - 5.1.2. O impacto das operações na gestão da empresa
  - 5.1.3. Introdução à estratégia de operações
  - 5.1.4. Gestão de operações
- 5.2. Organização industrial e logística
  - 5.2.1. Departamento de Organização Industrial
  - 5.2.2. Departamento de Logística
- 5.3. Estrutura e tipos de produção (MTS, MTO, ATO, ETO...)
  - 5.3.1. Sistemas de produção
  - 5.3.2. Estratégia de produção
  - 5.3.3. Sistemas de gestão de Inventário
  - 5.3.4. Indicadores de produção
- 5.4. Estrutura e tipos de aprovisionamento
  - 5.4.1. Função de aprovisionamento
  - 5.4.2. Gestão de aprovisionamento
  - 5.4.3. Tipos de compras
  - 5.4.4. Gestão eficaz das compras de uma empresa
  - 5.4.5. Fases da processo de decisão de compra
- 5.5. Controlo económico de compras
  - 5.5.1. Influência económica das compras
  - 5.5.2. Centro de custos
  - 5.5.3. Orçamento
  - 5.5.4. Orçamento vs. despesas efetivas
  - 5.5.5. Ferramentas de controlo orçamental
- 5.6. Controlo das operações de armazém
  - 5.6.1. Controlo de inventário
  - 5.6.2. Sistema de localização
  - 5.6.3. Técnicas de gestão de stock
  - 5.6.4. Sistema de armazenamento

- 5.7. Gestão estratégica de compras
    - 5.7.1. Estratégia empresarial
    - 5.7.2. Planeamento estratégico
    - 5.7.3. Estratégia de compras
  - 5.8. Tipologias da cadeia de abastecimento
    - 5.8.1. Cadeia de abastecimento
    - 5.8.2. Benefícios da gestão da cadeia abastecimento
    - 5.8.3. Gestão logística da cadeia de abastecimento
  - 5.9. *Supply Chain Management*
    - 5.9.1. Conceito de gestão da cadeia de abastecimento
    - 5.9.2. Custos e eficiência da cadeia de operações
    - 5.9.3. Padrões de procura
    - 5.9.4. A estratégia de operação e de mudança
  - 5.10. Interações do SCM com todas as áreas
    - 5.10.1. Interação da cadeia de abastecimento
    - 5.10.2. Interação da cadeia de abastecimento. Integração por partes
    - 5.10.3. Problemas de integração da cadeia de abastecimento
    - 5.10.4. Cadeia de abastecimento 4,0
  - 5.11. Custos logísticos
    - 5.11.1. Custos logísticos
    - 5.11.2. Problemas de custos logísticos
    - 5.11.3. Otimização dos custos logísticos
  - 5.12. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas: KPIS
    - 5.12.1. Cadeia logística
    - 5.12.2. Rentabilidade e eficiência da cadeia Logística
    - 5.12.3. Indicadores de rentabilidade e eficiência da cadeia Logística
  - 5.13. Gestão de processos
    - 5.13.1. Gestão de processos
    - 5.13.2. Abordagem baseada em processos: mapa de processos
    - 5.13.3. Melhorias na gestão de processos
  - 5.14. Distribuição e logística de transportes
    - 5.14.1. Distribuição na cadeia de abastecimento
    - 5.14.2. Logística de Transportes
    - 5.14.3. Sistemas de Informação Geográfica em apoio à Logística
  - 5.15. Logística e clientes
    - 5.15.1. Análise da procura
    - 5.15.2. Previsão da procura e das vendas
    - 5.15.3. Planeamento de vendas e operações
    - 5.15.4. Planeamento participativo, previsão e reaprovisionamento
  - 5.16. Logística internacional
    - 5.16.1. Processos de exportação e importação
    - 5.16.2. Alfândega
    - 5.16.3. Métodos e meios de pagamento Internacionais
    - 5.16.4. Plataformas logísticas a nível internacional
  - 5.17. *Outsourcing* de operações
    - 5.17.1. Gestão de operações e *outsourcing*
    - 5.17.2. Implementação do *outsourcing* em ambientes logísticos
  - 5.18. Competitividade nas operações
    - 5.18.1. Gestão de operações
    - 5.18.2. Competitividade operacional
    - 5.18.3. Estratégia de operações e vantagens competitivas
  - 5.19. Gestão da qualidade
    - 5.19.1. Clientes internos e externos
    - 5.19.2. Os custos da qualidade
    - 5.19.3. Melhoria Contínua e a filosofia Deming
- Módulo 6. Direção de sistemas de informação**
- 6.1. Meios tecnológicos
    - 6.1.1. Tecnologia e globalização
    - 6.1.2. Enquadramento económico e tecnologia
    - 6.1.3. O ambiente tecnológico e o seu impacto nas empresas
  - 6.2. Sistemas e tecnologias de informação nas empresas
    - 6.2.1. Evolução do modelo de TI
    - 6.2.2. Organização e Departamento de TI
    - 6.2.3. As tecnologias da informação e o ambiente económico
  - 6.3. Estratégia empresarial e estratégia tecnológica
    - 6.3.1. Criação de valor para clientes e acionistas
    - 6.3.2. Decisões estratégicas SI/TI
    - 6.3.3. Estratégia empresarial vs. estratégia tecnológica e digital

- 6.4. Direção de Sistemas de informação
  - 6.4.1. Governação Empresarial da tecnologia e dos sistemas de informação
  - 6.4.2. Gestão dos sistemas de informação nas empresas
  - 6.4.3. Gestores de sistemas de informação especializados: papéis e funções
- 6.5. Planeamento Estratégico de Sistemas de Informação
  - 6.5.1. Sistemas de informação e estratégia empresarial
  - 6.5.2. Planeamento estratégico dos sistemas de informação
  - 6.5.3. Fases do planeamento estratégico dos sistemas de informação
- 6.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões
  - 6.6.1. *Business intelligence*
  - 6.6.2. *Data Warehouse*
  - 6.6.3. BSC ou Painel de controle Integrado
- 6.7. Exploração de informação
  - 6.7.1. SQL: Bases de dados relacionais. Conceitos básicos
  - 6.7.2. Redes e comunicações
  - 6.7.3. Sistema operacional: modelos de dados normalizados
  - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional e *dashboards* gráficos
  - 6.7.5. Análise estratégica de BBDD e composição do relatório
- 6.8. *Business Intelligence* Empresarial
  - 6.8.1. O mundo dos dados
  - 6.8.2. Conceitos relevantes
  - 6.8.3. Principais características
  - 6.8.4. Soluções no mercado atual
  - 6.8.5. Arquitetura geral de uma solução BI
  - 6.8.6. Cibersegurança em BI e Data Science
- 6.9. Novo conceito empresarial
  - 6.9.1. Porquê a BI?
  - 6.9.2. Obtenção da Informação
  - 6.9.3. BI nos diferentes departamentos da empresa
  - 6.9.4. Razões para investir em BI
- 6.10. Ferramentas e soluções de BI
  - 6.10.1. Como escolher a melhor ferramenta?
  - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
  - 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
  - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planeamento e gestão do Projeto BI
  - 6.11.1. Primeiros passos para definir um projeto de BI
  - 6.11.2. Solução BI para empresas
  - 6.11.3. Requisitos e objetivos
- 6.12. Aplicações de gestão empresarial
  - 6.12.1. Sistemas de informação e gestão empresarial
  - 6.12.2. Aplicações para a gestão de empresas
  - 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* ou ERP
- 6.13. Transformação Digital
  - 6.13.1. Quadro conceitual da transformação digital
  - 6.13.2. Transformação digital: elementos-chave, vantagens e desvantagens
  - 6.13.3. Transformação digital nas empresas
- 6.14. Tecnologias e tendências
  - 6.14.1. Principais tendências tecnológicas que estão a mudar os modelos de negócio
  - 6.14.2. Análise das principais tecnologias emergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
  - 6.15.1. Marco conceptual do *outsourcing*
  - 6.15.2. *Outsourcing* de TI e o seu impacto nas empresas
  - 6.15.3. Chaves para a implementação de projetos empresariais de *outsourcing* de TI

## Módulo 7. Gestão comercial, Marketing estratégico e comunicação corporativa

- 7.1. Gestão comercial
  - 7.1.1. Marco conceptual da Gestão comercial
  - 7.1.2. Estratégia e planeamento empresarial
  - 7.1.3. O papel dos diretores comerciais
- 7.2. Marketing
  - 7.2.1. Conceito de Marketing
  - 7.2.2. Elementos básicos do Marketing
  - 7.2.3. Atividades de Marketing na empresa
- 7.3. Gestão Estratégica do Marketing
  - 7.3.1. Conceito de Marketing estratégico
  - 7.3.2. Conceito de Planeamento Estratégico de Marketing
  - 7.3.3. Etapas do processo de Planeamento Estratégico de Marketing

- 7.4. Marketing digital e comércio eletrônico
  - 7.4.1. Objetivos do Marketing digital e comércio eletrônico
  - 7.4.2. Marketing Digital e meios utilizados
  - 7.4.3. Comércio eletrônico. Contexto geral
  - 7.4.4. Categorias do comércio eletrônico
  - 7.4.5. Vantagens e desvantagens do e-Commerce face ao comércio tradicional
- 7.5. *Managing digital business*
  - 7.5.1. Estratégia competitiva face ao aumento da digitalização dos meios
  - 7.5.2. Conceção e criação de um Plano de Marketing Digital
  - 7.5.3. Análise do ROI no plano de Marketing Digital
- 7.6. Marketing Digital para reforçar a marca
  - 7.6.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
  - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Estratégia de Marketing Digital
  - 7.7.1. Definir a Estratégia de Marketing Digital
  - 7.7.2. Ferramentas de uma estratégia de Marketing Digital
- 7.8. Marketing digital para atrair e fidelizar clientes
  - 7.8.1. Estratégias de fidelização e envolvimento através da Internet
  - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
  - 7.8.3. Hipersegmentação
- 7.9. Gestão de campanhas digitais
  - 7.9.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
  - 7.9.2. Passos para lançar uma campanha de marketing online
  - 7.9.3. Erros nas campanhas de publicidade digital
- 7.10. Plano de marketing online
  - 7.10.1. O que é um plano de Marketing online?
  - 7.10.2. Passos para criar um plano de Marketing Online
  - 7.10.3. Vantagens de ter um plano de Marketing Online
- 7.11. *Blended marketing*
  - 7.11.1. O que é o *Blended Marketing*?
  - 7.11.2. Diferenças entre Marketing Online e Offline
  - 7.11.3. Aspetos a ter em conta A estratégia de *Blended Marketing*
  - 7.11.4. Características de uma estratégia de *Blended Marketing*
  - 7.11.5. Recomendações em *Blended Marketing*
  - 7.11.6. Benefícios do *Blended Marketing*

- 7.12. Estratégia de vendas
  - 7.12.1. Estratégia de vendas
  - 7.12.2. Métodos de vendas
- 7.13. Comunicação Empresarial
  - 7.13.1. Conceito
  - 7.13.2. Importância da comunicação na organização
  - 7.13.3. Tipo de comunicação na organização
  - 7.13.4. Funções da comunicação na organização
  - 7.13.5. Elementos da comunicação
  - 7.13.6. Problemas da comunicação
  - 7.13.7. Cenários da comunicação
- 7.14. Estratégia de Comunicação Empresarial
  - 7.14.1. Programas de motivação, ação social, participação e de formação com Recursos Humanos
  - 7.14.2. Ferramentas e meios de comunicação interna
  - 7.14.3. O plano de comunicação interna
- 7.15. Comunicação e reputação digital
  - 7.15.1. A reputação online
  - 7.15.2. Como medir a reputação digital?
  - 7.15.3. Ferramentas de reputação online
  - 7.15.4. Relatório de reputação online
  - 7.15.5. *Branding* online

## Módulo 8. Investigação de mercados, publicidade e direção comercial

- 8.1. Investigação de mercado
  - 8.1.1. Estudos de mercado: origem histórica
  - 8.1.2. Análise e evolução do marco conceptual da investigação de mercados
  - 8.1.3. Elementos-chave e contribuição de valor da investigação de mercados
- 8.2. Métodos e técnicas de investigação quantitativa
  - 8.2.1. Dimensão da amostra
  - 8.2.2. Amostragem
  - 8.2.3. Tipos de técnicas quantitativas
- 8.3. Métodos e técnicas de investigação qualitativa
  - 8.3.1. Tipos de investigação qualitativa
  - 8.3.2. Técnicas de investigação qualitativa

- 8.4. Segmentação de mercados
  - 8.4.1. Conceito de segmentação de mercados
  - 8.4.2. Utilidade e requisitos de segmentação
  - 8.4.3. Segmentação de mercados de consumo
  - 8.4.4. Segmentação de mercados industriais
  - 8.4.5. Estratégias de segmentação
  - 8.4.6. A segmentação com base nos critérios do Marketing Mix
  - 8.4.7. Metodologia de segmentação do mercado
- 8.5. Gestão de projetos de investigação
  - 8.5.1. Investigação de mercados como um processo
  - 8.5.2. Etapas do planeamento em Estudos de Mercado
  - 8.5.3. Etapas de execução em Estudos de Mercado
  - 8.5.4. Gestão de um Projeto de investigação
- 8.6. Estudos de mercados internacionais
  - 8.6.1. Investigação de mercados Internacionais
  - 8.6.2. Processo da investigação de mercados Internacionais
  - 8.6.3. A importância das fontes secundárias nas investigações de mercado internacionais
- 8.7. Estudos de viabilidade
  - 8.7.1. Conceito e utilidade
  - 8.7.2. Esquema de um estudo de viabilidade
  - 8.7.3. Desenvolvimento de um estudo de viabilidade
- 8.8. Publicidade
  - 8.8.1. Antecedentes históricos da Publicidade
  - 8.8.2. Enquadramento concetual da publicidade; princípios, conceito de *briefing* e posicionamento
  - 8.8.3. Agências de publicidade, agências de meios e profissionais da Publicidade
  - 8.8.4. Importância da publicidade nos negócios
  - 8.8.5. Tendências e desafios da publicidade
- 8.9. Desenvolvimento do plano de Marketing
  - 8.9.1. Conceito do Plano de Marketing
  - 8.9.2. Análise e Diagnóstico da Situação
  - 8.9.3. Decisões Estratégicas de Marketing
  - 8.9.4. Decisões Operativas de Marketing





- 8.10. Estratégias de promoção e *Merchandising*
  - 8.10.1. Comunicação de Marketing Integrado
  - 8.10.2. Plano de Comunicação Publicitária
  - 8.10.3. O *merchandising* como técnica de Comunicação
- 8.11. Planeamento de meios
  - 8.11.1. Origem e evolução do planeamento dos meios
  - 8.11.2. Meios de comunicação
  - 8.11.3. Plano dos meios
- 8.12. Fundamentos da gestão empresarial
  - 8.12.1. O papel da gestão comercial
  - 8.12.2. Sistemas de análise da situação competitiva da empresa/mercado
  - 8.12.3. Sistemas de planeamento comercial da empresa
  - 8.12.4. Principais estratégias competitivas
- 8.13. Negociação comercial
  - 8.13.1. Negociação comercial
  - 8.13.2. As questões psicológicas da negociação
  - 8.13.3. Principais métodos de negociação
  - 8.13.4. O processo de negociação
- 8.14. Tomada de decisões em gestão comercial
  - 8.14.1. Estratégia empresarial e estratégia competitiva
  - 8.14.2. Modelos de tomada de decisão
  - 8.14.3. Análise e ferramentas para a tomada de decisões
  - 8.14.4. Comportamento humano na tomada de decisões
- 8.15. Direção e coaching da rede de vendas
  - 8.15.1. Sales Management. Gestão de vendas
  - 8.15.2. Redes ao serviço da atividade comercial
  - 8.15.3. Políticas de seleção e formação de vendedores
  - 8.15.4. Sistemas de remuneração das redes comerciais próprias e externas
  - 8.15.5. Gestão do processo comercial Controlo e assistência ao trabalho dos comerciais com base na informação
- 8.16. Implementação da função comercial
  - 8.16.1. Contratação de comerciais próprios e agentes comerciais
  - 8.16.2. Controlo da atividade comercial
  - 8.16.3. O código deontológico do pessoal comercial
  - 8.16.4. Cumprimento Normativo:
  - 8.16.5. Normas de conduta empresarial geralmente aceites

- 8.17. Gestão de contas-chave
  - 8.17.1. Conceito de gestão de contas-chave
  - 8.17.2. O *Key Account Manager*
  - 8.17.3. Estratégia da gestão de contas-chave
- 8.18. Gestão financeira e orçamental
  - 8.18.1. O limiar de rentabilidade
  - 8.18.2. O orçamento de vendas. Controlo de gestão e do plano anual de vendas
  - 8.18.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas comerciais
  - 8.18.4. Gestão de ciclos, rotações, rentibilidade e liquidez
  - 8.18.5. Conta de resultados

## Módulo 9. Inovação e Direção de Projetos

- 9.1. Inovação
  - 9.1.1. Introdução à inovação
  - 9.1.2. Inovação no ecossistema empresarial
  - 9.1.3. Instrumentos e ferramentas para o processo de inovação empresarial
- 9.2. Estratégias de Inovação
  - 9.2.1. Inteligência estratégica e inovação
  - 9.2.2. Estratégias de inovação
- 9.3. *Project Management para Startups*
  - 9.3.1. Conceito de *startup*
  - 9.3.2. Filosofia *Lean Startup*
  - 9.3.3. Etapas do desenvolvimento de uma *startup*
  - 9.3.4. O papel de um gestor de projetos numa *startup*
- 9.4. Design e validação do modelo de negócio
  - 9.4.1. Quadro concetual de um modelo de negócio
  - 9.4.2. Design validação de modelos de negócio
- 9.5. Direção e Gestão de Projetos
  - 9.5.1. Direção e Gestão de projetos: identificação de oportunidades para desenvolver projetos empresariais de inovação
  - 9.5.2. Principais etapas ou fases da direção e gestão de projetos de inovação
- 9.6. Gestão da mudança em projetos: gestão da formação
  - 9.6.1. Conceito de Gestão da Mudança
  - 9.6.2. O Processo de Gestão da Mudança
  - 9.6.3. A implementação da mudança

- 9.7. Gestão da comunicação de projetos
  - 9.7.1. Gestão das comunicações do projeto
  - 9.7.2. Conceitos-chave para a gestão das comunicações
  - 9.7.3. Tendências emergentes
  - 9.7.4. Adaptação à equipa
  - 9.7.5. Planificar a gestão das comunicações
  - 9.7.6. Gerir as comunicações
  - 9.7.7. Monitorizar as comunicações
- 9.8. Metodologias tradicionais e inovadoras
  - 9.8.1. Metodologias inovadoras
  - 9.8.2. Princípios básicos do Scrum
  - 9.8.3. Diferenças entre os principais aspetos do Scrum e as metodologias tradicionais
- 9.9. Criação de uma *Startup*
  - 9.9.1. Criação de uma *Startup*
  - 9.9.2. Organização e cultura
  - 9.9.3. As dez principais razões para o fracasso das empresas *startups*
  - 9.9.4. Aspetos legais
- 9.10. Planeamento da gestão de risco em projetos
  - 9.10.1. Planear riscos
  - 9.10.2. Elementos para a criação de um plano de gestão de riscos
  - 9.10.3. Ferramentas para a criação de um plano de gestão de riscos
  - 9.10.4. Conteúdos do plano de gestão de riscos

## Módulo 10. Management Executivo

- 10.1. *General Management*
  - 10.1.1. Conceito de *General Management*
  - 10.1.2. A ação do Diretor Geral
  - 10.1.3. O Diretor Geral e as suas funções
  - 10.1.4. Transformação do trabalho da direção
- 10.2. O gestor e as suas funções A cultura organizacional e as suas abordagens
  - 10.2.1. O gestor e as suas funções A cultura organizacional e as suas abordagens
- 10.3. Gestão de operações
  - 10.3.1. Importância da direção
  - 10.3.2. A cadeia de valor
  - 10.3.3. Gestão de qualidade

- 10.4. Oratória e capacitação de porta-voz
  - 10.4.1. Comunicação interpessoal
  - 10.4.2. Capacidade de comunicação e influência
  - 10.4.3. Barreiras na comunicação
- 10.5. Ferramentas de comunicação pessoais e organizacionais
  - 10.5.1. A comunicação interpessoal
  - 10.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
  - 10.5.3. A comunicação nas organizações
  - 10.5.4. Ferramentas na organização
- 10.6. Comunicação em situações de crise
  - 10.6.1. Crise
  - 10.6.2. Fases da crise
  - 10.6.3. Mensagens: conteúdos e momentos
- 10.7. Preparação de um plano de crise
  - 10.7.1. Análise de potenciais problemas
  - 10.7.2. Planejamento
  - 10.7.3. Adequação do pessoal
- 10.8. Inteligência emocional
  - 10.8.1. Inteligência emocional e comunicação
  - 10.8.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
  - 10.8.3. Autoestima e comunicação emocional
- 10.9. *Branding* Pessoal
  - 10.9.1. Estratégias para desenvolver a marca pessoal
  - 10.9.2. Leis do branding pessoal
  - 10.9.3. Ferramentas da construção de marcas pessoais
- 10.10. Liderança e gestão de equipas
  - 10.10.1. Liderança e estilos de liderança
  - 10.10.2. Capacidades e desafios do Líder
  - 10.10.3. Gestão de Processos de Mudança
  - 10.10.4. Gestão de Equipas Multiculturais

## Módulo 11. Âmbito e cronograma do projeto

- 11.1. Gestão de programas e carteira de projetos
- 11.2. Gestão de alcance do projeto
- 11.3. Recolha de requisitos e delimitação de âmbito
- 11.4. Decomposição em atividades do objetivo do projeto
- 11.5. Validar e controlar o alcance
- 11.6. Planeamento estratégico do tempo na gestão de projetos
- 11.7. Ciclos de vida do projeto
- 11.8. Planeamento eficiente de tempo e prazos
- 11.9. Ferramentas de estimativa de tarefas
- 11.10. Implementação e controlo do cronograma

## Módulo 12. Gestão económica do projeto

- 12.1. Plano financeiro
- 12.2. Modelo financeiro
- 12.3. Análises da viabilidade do projeto
- 12.4. Gestão de sensibilidade do projeto
- 12.5. Gestão de custo do projeto
- 12.6. Estima dos custos do projeto
- 12.7. Controle de custos do projeto - EVM
- 12.8. Análise económica das decisões
- 12.9. Ferramentas MsProject
- 12.10. Ferramentas e sistemas digitais para gestão de projetos

## Módulo 13. Contratação e qualidade do projeto

- 13.1. Planeamento das aquisições
- 13.2. Planeamento da pesquisa de fornecedores
- 13.3. Gestão das relações com fornecedores
- 13.4. Aspectos legais da contratação
- 13.5. Gestão e administração de contratos
- 13.6. Gestão de venda dos projetos
- 13.7. Lean Management
- 13.8. Técnicas de melhoria de processos
- 13.9. Gestão de qualidade total e gestão avançada de projetos
- 13.10. Ferramentas Lean para a gestão de projetos

#### Módulo 14. Organização e projetos inovadores

- 14.1. Gestão da mudança organizacional
- 14.2. Comunicação nas organizações
- 14.3. Pensamento criativo: inovação
- 14.4. Engenharia de processos e engenharia de produtos
- 14.5. Inteligência estratégica da inovação
- 14.6. *Entrepreneurship & innovation*
- 14.7. Lançamento e industrialização de novos produtos
- 14.8. Sistemas de gestão da I&D&I
- 14.9. Direção e gestão de projetos de I&D&I
- 14.10. Project Management para *startups*

#### Módulo 15. Metodologias Ágeis

- 15.1. Introdução às metodologias ágeis
- 15.2. Ciclos de vida iterativos, adaptativos, preditivos e híbridos
- 15.3. Introdução ao Scrum
- 15.4. Gestão de equipas ágeis
- 15.5. Eventos de Scrum
- 15.6. Os artefatos do Scrum
- 15.7. Estimativa e planeamento ágil
- 15.8. Métricas
- 15.9. Ferramentas colaborativas
- 15.10. Agilidade Organizacional

#### Módulo 16. PMO

- 16.1. Introdução ao Gabinete de Gestão de Projetos
- 16.2. Funções do Gabinete de Gestão de Projetos
- 16.3. Criar as condições para a mudança Liderar a mudança empresarial
- 16.4. Visão e Estratégia do PMO
- 16.5. Desenho do modelo PMO
- 16.6. Plano de recursos do PMO
- 16.7. Implementação do PMO
- 16.8. Operação e Ferramentas do PMO
- 16.9. Cultura de Project Management e Gestão do Conhecimento na organização
- 16.10. PMO ágil

#### Módulo 17. Gestão dos riscos do projeto

- 17.1. Introdução à Gestão de riscos
- 17.2. Planeamento da gestão de risco em projetos
- 17.3. Identificação de riscos
- 17.4. Análise qualitativa dos riscos
- 17.5. Prioritização dos riscos
- 17.6. Análise quantitativa dos riscos
- 17.7. Análise de cenários e planos de resposta ao risco
- 17.8. Implementar respostas ao risco
- 17.9. Monitorização e controlo de riscos
- 17.10. Lições aprendidas e gestão do conhecimento

#### Módulo 18. Introdução ao financiamento de projetos

- 18.1. Introdução às finanças empresariais
- 18.2. Estados financeiros e fluxos de caixa
- 18.3. O valor temporal do dinheiro e o desconto de fluxos de caixa
- 18.4. As obrigações e a sua valorização
- 18.5. As ações e a sua valorização
- 18.6. Critérios financeiros de investimento o orçamento de capital
- 18.7. Análise de projetos
- 18.8. Risco e retorno: o custo do capital
- 18.9. Estrutura do passivo
- 18.10. Tesouraria e finanças internacionais

#### Módulo 19. Introdução à Conceção e à Direção de Projetos Tecnológicos e à Gestão da Integração de Projetos Tecnológicos

- 19.1. Introdução à gestão de projetos tecnológicos
  - 19.1.1. O papel do gestor de projetos
  - 19.1.2. Definição do projeto
  - 19.1.3. Estruturas organizacionais
- 19.2. Gestão de Projetos, a gestão de programas e a gestão portfólios
  - 19.2.1. Portfólio, programas e projetos
  - 19.2.2. Direção estratégica

- 19.3. Normas e boas práticas para a Direção de Projetos Tecnológicos
  - 19.3.1. Prince 2
  - 19.3.2. PMP
  - 19.3.3. ISO 21500:2012
- 19.4. Influências da organização na conceção e direção de Projetos Tecnológicos
  - 19.4.1. Fatores ambientais de uma empresa
  - 19.4.2. Ativos dos processos de uma organização
- 19.5. Processos da direção de projetos tecnológicos
  - 19.5.1. Ciclos de vida dos projetos tecnológicos
  - 19.5.2. Os grupos de processos
  - 19.5.3. Dinâmica dos grupos de processos
- 19.6. Desenvolvimento do ato de constituição de projetos tecnológicos
  - 19.6.1. Definição do ato de constituição de projetos tecnológicos
  - 19.6.2. Ferramentas e técnicas
- 19.7. Desenvolvimento do plano para a conceção e gestão de projetos tecnológicos
  - 19.7.1. Definição do plano para a conceção e gestão de projetos tecnológicos
  - 19.7.2. Ferramentas e Técnicas
- 19.8. Gestão do conhecimento dos projetos tecnológicos
  - 19.8.1. Importância da gestão do conhecimento em projetos tecnológicos
  - 19.8.2. Ferramentas e técnicas
- 19.9. Monitorização do trabalho dos projetos tecnológicos
  - 19.9.1. Monitorização e controlo dos trabalhos
  - 19.9.2. Relatórios de acompanhamento em projetos tecnológicos
  - 19.9.3. Ferramentas e técnicas
- 19.10. Controlo integrado da mudança em projetos tecnológicos
  - 19.10.1. Objetivos e benefícios do controlo da mudança nos Projetos
  - 19.10.2. O CCB (*Change Control Board*)
  - 19.10.3. Ferramentas e técnicas
- 19.11. Entrega e encerramento de projetos tecnológicos
  - 19.11.1. Objetivos e benefícios do encerramento de projetos
  - 19.11.2. Ferramentas e técnicas

## Módulo 20. Gestão do âmbito dos Projetos Tecnológicos

- 20.1. Introdução à gestão do âmbito
  - 20.1.1. Âmbito do Projeto
  - 20.1.2. Âmbito do produto
- 20.2. Fundamentos da gestão do âmbito
  - 20.2.1. Conceitos básicos
  - 20.2.2. Linha de base do âmbito
- 20.3. Benefícios da gestão do âmbito
  - 20.3.1. Gestão das expectativas das partes interessadas
  - 20.3.2. *Scope Creep* e *Gold Plating*
- 20.4. Considerações para ambientes adaptativos
  - 20.4.1. Tipos de Projetos adaptativos
  - 20.4.2. Definição do alcance em Projetos adaptativos
- 20.5. Planificação da gestão do alcance
  - 20.5.1. Plano de gestão do alcance
  - 20.5.2. Plano de gestão de requisitos
  - 20.5.3. Ferramentas e técnicas
- 20.6. Recolher requisitos
  - 20.6.1. Recolha e negociação de requisitos
  - 20.6.2. Ferramentas e técnicas
- 20.7. Definição do alcance
  - 20.7.1. Gestão do alcance do projeto
  - 20.7.2. Ferramentas e técnicas
- 20.8. Criação da estrutura de desagregação do trabalho
  - 20.8.1. Estrutura de Desagregação do Trabalho (EDT)
  - 20.8.2. Tipos de PEP
  - 20.8.3. *Rolling Wave*
  - 20.8.2. Ferramentas e técnicas
- 20.9. Validação do âmbito
  - 20.9.1. Qualidade vs. validação
  - 20.9.2. Ferramentas e técnicas
- 20.10. Controlo do âmbito
  - 20.10.1. Dados e Informação de Gestão de Projetos
  - 20.10.2. Tipos de Relatórios de desempenho dos trabalhos
  - 20.10.3. Ferramentas e técnicas

## Módulo 21. Gestão do tempo de Projetos Tecnológicos

- 21.1. Estimativa da duração das tarefas do projeto
  - 21.1.1. Estimativa de três pontos
    - 21.1.1.1. O mais provável (tM)
    - 21.1.1.2. Otimista (tO)
    - 21.1.1.3. Pessimista (tP)
  - 21.1.2. Estimativa análoga
  - 21.1.3. Estimativa paramétrica
  - 21.1.4. Estimativas ascendentes
  - 21.1.5. Tomada de decisões
  - 21.1.6. Opinião de peritos
- 21.2. Definição das atividades e repartição dos trabalhos do projeto
  - 21.2.1. Decomposição
  - 21.2.2. Definir as atividades
  - 21.2.3. Decomposição dos trabalhos do projeto
  - 21.2.4. Atributos da atividade
  - 21.2.5. Lista de etapas
- 21.3. Sequenciação de atividades
  - 21.3.1. Listas de atividades
  - 21.3.2. Atributos das atividades
  - 21.3.3. Método de Diagramação de procedência
  - 21.3.4. Identificação e integração das dependências
  - 21.3.5. Adiantamentos e atrasos
  - 21.3.6. Diagrama de rede do cronograma do projeto
- 21.4. Estimativa dos recursos das atividades
  - 21.4.1. Registo dos pressupostos
  - 21.4.2. Lista de atividades
  - 21.4.3. Atributos das atividades
  - 21.4.4. Registo dos pressupostos
  - 21.4.5. Registo das lições aprendidas
  - 21.4.6. Atribuições da equipa do projeto
  - 21.4.7. Estrutura de repartição dos recursos
- 21.5. Estimativa da duração das atividades
  - 21.5.1. Lei de rendimentos decrescentes
  - 21.5.2. Quantidade de recursos
  - 21.5.3. Avanços tecnológicos
  - 21.5.4. Motivação do pessoal
  - 21.5.5. Documentação do projeto
- 21.6. Desenvolvimento do cronograma
  - 21.6.1. Análise da rede do cronograma
  - 21.6.2. Método do caminho crítico
  - 21.6.3. Otimização de recursos
    - 21.6.3.1. Nivelamento de recursos
    - 21.6.3.2. Estabilização de recursos
  - 21.6.4. Adiantamentos e atrasos
  - 21.6.5. Compressão do cronograma
    - 21.6.5.1. Intensificação
    - 21.6.5.2. Execução rápida
  - 21.6.6. Linha de base do cronograma
  - 21.6.7. Cronograma do projeto
  - 21.6.8. Dados do cronograma
  - 21.6.9. Calendários do projeto
- 21.7. Tipos de relações e tipos de dependências entre todas as atividades do projeto
  - 21.7.1. Dependências obrigatórias
  - 21.7.2. Dependências discricionárias
    - 21.7.2.1. Lógica preferida
    - 21.7.2.2. Lógica preferencial
    - 21.7.2.3. Lógica suave
  - 21.7.3. Dependências externas
  - 21.7.4. Dependências internas
- 21.8. Software de gestão do tempo em projetos tecnológicos
  - 21.8.1. Análise de diferentes softwares
  - 21.8.2. Tipos de softwares
  - 21.8.3. Funcionalidades e cobertura
  - 21.8.4. Utilidades e Vantagens

- 21.9. Controlo do cronograma
  - 21.9.1. Informação sobre o desempenho do trabalho
  - 21.9.2. Prognósticos do cronograma
  - 21.9.3. Pedidos de mudança
  - 21.9.4. Atualização do plano de gestão do tempo
  - 21.9.4. Atualizações dos documentos do projeto
- 21.10. Recálculo dos tempos
  - 21.10.1. Caminho crítico
  - 21.10.2. Cálculo de tempos mínimos e máximos
  - 21.10.3. Folgas de um projeto
    - 21.10.3.1. O que é?
    - 21.10.3.2. Como utilizá-la?
  - 21.10.4. Folga Total
  - 21.10.5. Folga Livre

## Módulo 22. Gestão dos custos de projetos tecnológicos

- 22.1. O que é o plano de Gestão de custos?
  - 22.1.1. Ferramentas e técnicas de planeamento
  - 22.1.2. Resultados do planeamento de custos
- 22.2. Estimar os custos. Tipos de estimativas. Análise de reservas
  - 22.2.1. Informação útil para a estimativa de custos
  - 22.2.2. Ferramentas e técnicas de estimativa de custos
  - 22.2.3. Resultados da preparação do orçamento de custos
- 22.3. Tipos de Custos de um Projeto
  - 22.3.1. Custos diretos e indiretos
  - 22.3.2. Custos fixos e variáveis
- 22.4. Avaliação e seleção de projetos
  - 22.4.1. Dimensões financeiras de um projeto
  - 22.4.2. VAN
  - 22.4.3. TIR e RRN
  - 22.4.4. Período de retorno ou *payback*
- 22.5. Determinar o orçamento
  - 22.5.1. Informação útil para a preparação do orçamento do projeto
  - 22.5.2. Ferramentas e técnicas para a preparação de orçamentos de custos
  - 22.5.3. Resultados da preparação do orçamento do projeto

- 22.6. Projeções de custos
  - 22.6.1. Dados e Informação de Gestão de Custos
  - 22.6.2. Tipos de relatórios de desempenho dos custos
- 22.7. A Técnica do Valor Ganho (EVM)
  - 22.7.1. Variáveis de Base e Variáveis de Estado
  - 22.7.2. Prognósticos
  - 22.7.3. Técnicas e práticas emergentes
- 22.8. Fluxo de Caixa do Projeto
  - 22.8.1. Tipos de fluxos de caixa
  - 22.8.2. Estimativa dos fluxos de caixa líquidos associados a um projeto
  - 22.8.3. Preparação de fluxos de caixa
  - 22.8.4. Aplicação do risco aos fluxos de caixa
- 22.9. Controlo de custos
  - 22.9.1. Objetivos e benefícios do controlo de custos
  - 22.9.2. Ferramentas e Técnicas

## Módulo 23. Gestão da Qualidade de Projetos Tecnológicos

- 23.1. Importância da gestão da qualidade nos Projetos
  - 23.1.2. Conceitos-chave
  - 23.1.3. Diferença entre Qualidade e Grau
  - 23.1.4. Precisão
  - 23.1.5. Exatidão
  - 23.1.6. Métrica
- 23.2. Teóricos da qualidade
  - 23.2.1. Edwards Deming
    - 23.2.1.1. Ciclo de *Shewart- Deming (Plan Do - Check- Act)*
  - 23.2.2. Melhoria contínua
  - 23.2.3. Joseph Juran. Princípio de Pareto
    - 23.2.3.1. Teoria da adequação ao uso
  - 23.2.4. Teoria da gestão da qualidade total
  - 23.2.5. Kaoru Ishikawa (espinha de peixe)
  - 23.2.6. Philip Crosby (custo da baixa qualidade)

- 23.3. Normativa: ISO 21500
  - 23.3.1. Introdução
  - 23.3.2. Antecedentes e História
  - 23.3.3. Objetivos e características
  - 23.3.4. Grupo de processos-Grupo de matérias
  - 23.3.5. ISO 21500 vs. PMBok
  - 23.3.6. O futuro da norma
- 23.4. Tendências e práticas emergentes na gestão da qualidade
  - 23.4.1. Conformidade com as políticas e auditoria
  - 23.4.2. Normas e conformidade
  - 23.4.3. Melhoria contínua
  - 23.4.4. Envolvimento dos *stakeholders* (Interessados)
  - 23.4.5. Retrospectivas recorrentes
  - 23.4.6. Retrospectivas posteriores
- 23.5. Planificação da gestão da qualidade
  - 23.5.1. Análise custo-benefício
  - 23.5.2. Análise de decisão multicritério
  - 23.5.3. Planeamento de testes e inspeção
  - 23.5.4. Fluxogramas
  - 23.5.5. Modelo lógico de dados
  - 23.5.6. Diagrama matricial
  - 23.5.7. Dígrafos de inter-relações
- 23.6. Custos de conformidade e não-conformidade da qualidade
  - 23.6.1. Custos de conformidade
  - 23.6.2. Custos do incumprimento ou não conformidade
  - 23.6.3. Custos de prevenção
  - 23.6.4. Custos de avaliação
  - 23.6.5. Falhas internas
  - 23.6.6. Falhas externas
  - 23.6.7. Custo marginal da qualidade
  - 23.6.8. Qualidade ótima
- 23.7. Gestão da qualidade
  - 23.7.1. Listas de verificação
  - 23.7.2. Análise de alternativas
  - 23.7.3. Análise de documentos
  - 23.7.4. Análise de processos
  - 23.7.5. Análise da causa raiz

- 23.7.6. Diagramas de causa-efeito
- 23.7.7. Histogramas
- 23.7.8. Diagramas de dispersão
- 23.7.9. Design para X
- 23.7.10. Métodos de melhoria da qualidade
- 23.8. Auditorias de qualidade
  - 23.8.1. O que é uma auditoria interna de qualidade
  - 23.8.2. Diferentes tipos de auditorias
  - 23.8.3. Objetivos de uma auditoria interna
  - 23.8.4. Vantagens das auditorias internas
  - 23.8.5. Intervenientes na auditoria interna
  - 23.8.6. Procedimento de uma auditoria interna
- 23.9. Controlo da qualidade
  - 23.9.1. Folhas de Verificação
  - 23.9.2. Amostragem estatística
  - 23.9.3. Questionários e inquéritos
  - 23.9.4. Análises de desempenho
  - 23.9.5. Inspeção
  - 23.9.6. Teste / Avaliações de produtos
  - 23.9.7. Retrospectivas e lições aprendidas

## Módulo 24. Gestão dos recursos de projetos tecnológicos

- 24.1. Responsabilidades e papel dos Recursos Humanos dos Projetos
  - 24.1.1. Gestor de Projeto
  - 24.1.2. Patrocinador
  - 24.1.3. Diretor funcional
  - 24.1.4. Gestor do Programa
  - 24.1.5. Gestor de portfólio
  - 24.1.6. Membros da equipa
- 24.2. Gestão de recursos Tecnológicos
  - 24.2.1. O que são os recursos Tecnológicos?
  - 24.2.2. Otimização
  - 24.2.3. Valorização
  - 24.2.4. Proteção

- 24.3. Planeamento da gestão dos Recursos Humanos e estimativa dos recursos das atividades
  - 24.3.1. Plano de gestão de recursos
    - 24.3.1.1. Representação de dados
    - 24.3.1.2. Teoria das organizações
  - 24.3.2. Requisitos de recursos
  - 24.3.3. Base de estimativas
  - 24.3.4. Estrutura de repartição dos recursos
  - 24.3.5. Atualizações dos documentos em matéria de recursos
- 24.4. Diferentes poderes do diretor de projetos
  - 24.4.1. Poder e influência
  - 24.4.2. Poder de recompensa
  - 24.4.3. Poder punitivo
  - 24.4.4. Poder de especialista
  - 24.4.5. Poder de referência
  - 24.4.6. Poder formal
  - 24.4.7. Exercícios práticos sobre como utilizar os vários poderes do gestor do projeto
- 24.5. Aquisição do equipamento certo para o nosso projeto
  - 24.5.1. O que é a aquisição do equipamento?
  - 24.5.2. Meios de aquisição do equipamento
    - 24.5.2.1. Recrutamento
    - 24.5.2.2. Subcontratação
  - 24.5.3. Tomada de decisões
    - 24.5.3.1. Disponibilidade
    - 24.5.3.2. Custo
    - 24.5.3.3. Experiência
    - 24.5.3.4. Competências
    - 24.5.3.5. Conhecimento
    - 24.5.3.6. Capacidades
    - 24.5.3.7. Atitude
    - 24.5.3.8. Fatores internacionais
  - 24.5.4. Pré-atribuição
  - 24.5.5. Equipas virtuais
- 24.6. Desenvolvimento de competências interpessoais (habilidades sociais ou soft skills)
  - 24.6.1. Liderança
  - 24.6.2. Motivação
  - 24.6.3. Comunicação
  - 24.6.4. Influência
  - 24.6.5. Facilitação de grupos
  - 24.6.6. Criatividade
  - 24.6.7. Inteligência emocional
  - 24.6.8. Tomada de decisões
- 24.7. Desenvolvimento da equipa de projeto
  - 24.7.1. Reconhecimento e recompensas
    - 24.7.1.2. Condições prévias a cumprir para a sua aplicação
    - 24.7.1.3. Criar um sistema de reconhecimento e recompensa
  - 24.7.2. Capacitação
  - 24.7.3. *Co-localização* (Tight-matrix)
  - 24.7.4. Tecnologia da comunicação
  - 24.7.5. Atividades de desenvolvimento do espírito de equipa (*Team Building*)
- 24.8. Gestão da Equipa de Projeto. Avaliações de desempenho, gestão de equipas de projeto
  - 24.8.1. Planeamento
  - 24.8.2. Tipos de avaliações
    - 24.8.2.1. Avaliações pessoais. Avaliação 360°
    - 24.8.2.2. Avaliações da equipa
  - 24.8.3. Definição de variáveis
  - 24.8.4. Conceção do sistema de avaliação do desempenho
  - 24.8.5. Implementação e formação de avaliadores
- 24.9. Técnicas de Gestão e Resolução de Conflitos
  - 24.9.1. O que são os conflitos de um projeto? Tipos
  - 24.9.2. Cooperar e resolver problemas (*collaborate/problem solve*)
  - 24.9.3. Comprometer / Consentir (*Compromise/ Reconcile*)
  - 24.9.4. Afastar/evitar (*withdraw/avoid*)
  - 24.9.5. Suavizar/acomodar (*smooth/accommodate*)
  - 24.9.6. Forçar/Dirigir (*Force/Direct*)
  - 24.9.7. Exercícios práticos sobre quando utilizar cada técnica de resolução de conflitos

- 24.10. Tendências e práticas emergentes na gestão dos recursos de projetos tecnológicos
  - 24.10.1. Métodos de gestão de recursos
  - 24.10.2. Inteligência emocional (IE)
  - 24.10.3. Equipas auto-organizadas
  - 24.10.4. Equipas virtuais/equipas distribuídas
  - 24.10.5. Considerações para a adaptação
  - 24.10.6. Considerações para ambientes ágeis/adaptativos

## Módulo 25. Gestão das comunicações e dos interessados (*stakeholders*) de Projetos Tecnológicos

- 25.1. Planificação da gestão das comunicações
  - 25.1.1. Porque é importante um Plano de Gestão das Comunicações?
  - 25.1.2. Introdução à gestão das comunicações
  - 25.1.3. Análise e requisitos de comunicação
  - 25.1.4. Dimensões das comunicações
    - 25.1.4.1. Técnicas e ferramentas
- 25.2. Competências de comunicação
  - 25.2.1. Emissão consciente
  - 25.2.2. Escuta ativa
  - 25.2.3. Empatia
  - 25.2.4. Evitar gestos incorretos
  - 25.2.5. Leitura e escrita
  - 25.2.6. Respeito
  - 25.2.7. Persuasão
  - 25.2.8. Credibilidade
- 25.3. Comunicação eficaz, eficiente e tipos de comunicação
  - 25.3.1. Definição
  - 25.3.2. Comunicação eficaz
  - 25.3.3. Comunicação eficiente
  - 25.3.4. Comunicação formal
  - 25.3.5. Comunicação informal
  - 25.3.6. Comunicação escrita
  - 25.3.7. Comunicação verbal
  - 25.3.8. Exercícios práticos sobre a utilização de tipos de comunicação num projeto

- 25.4. Gestão e controlo das comunicações
  - 25.4.1. Gestão das comunicações de um projeto
  - 25.4.2. Modelos de comunicação
  - 25.4.3. Métodos de comunicação
  - 25.4.4. Canais de comunicação do projeto
- 25.5. Tendências e práticas emergentes no âmbito da comunicação
  - 25.5.1. Avaliação dos estilos de comunicação
  - 25.5.2. Consciência política
  - 25.5.3. Consciência cultural
  - 25.5.4. Tecnologia das comunicações
- 25.6. Identificação e análise das partes interessadas (*stakeholders*)
  - 25.6.1. Porque é importante gerir *stakeholders*?
  - 25.6.2. Análise e Registo dos *stakeholders*
  - 25.6.3. Interesses e preocupações dos *stakeholders*
  - 25.6.4. Considerações para ambientes ágeis e adaptativos
- 25.7. Planificação da gestão das partes interessadas (*stakeholders*)
  - 25.7.1. Estratégias de gestão apropriadas
  - 25.7.2. Ferramentas e técnicas
- 25.8. Gestão da participação das partes interessadas (*stakeholders*) Estratégia de gestão
  - 25.8.1. Métodos para aumentar o apoio e minimizar a resistência
  - 25.8.2. Ferramentas e técnicas
- 25.9. Monitorização do Envolvimento das partes interessadas (*stakeholders*)
  - 25.9.1. Relatório de desempenho dos *stakeholders*
  - 25.9.2. Ferramentas e técnicas

## Módulo 26. Gestão das aquisições de Projetos Tecnológicos

- 26.1. Introdução à Gestão de aquisições
  - 26.1.1. Definição de contrato
  - 26.1.2. Quadro legal para as aquisições
- 26.2. Conceitos básicos
  - 26.2.1. Definição de contrato
  - 26.2.2. O gestor do projeto e o contrato
  - 26.2.3. Principais atividades
  - 26.2.4. Aquisições centralizadas e descentralizadas

- 26.3. Gestão das Aquisições: Benefícios
    - 26.3.1. Definição da estratégia de aquisições
    - 26.3.2. Tipos de estratégias
  - 26.4. Aquisições em ambientes adaptativos
  - 26.5. Tipos de contratos
    - 26.5.1. Contratos de preço fixo
    - 26.5.2. Contratos de custos reembolsáveis
    - 26.5.3. Contratos de tempos e materiais
  - 26.6. Documentação de aquisições
    - 26.6.1. Tipos de documentos no contexto de uma aquisição
    - 26.6.2. Fluxos de documentos na gestão de aquisições
  - 26.7. Negociar com fornecedores
    - 26.7.1. Objetivos da negociação Fornecedores
    - 26.7.2. Técnicas de negociação com os fornecedores
  - 26.8. Planificação da gestão das aquisições
    - 26.8.1. Plano de gestão de aquisições
    - 26.8.2. Ferramentas e técnicas
  - 26.9. Efetuar as aquisições
    - 26.9.1. Pesquisa, seleção e avaliação de ofertas
    - 26.9.2. Ferramentas e Técnicas
    - 26.9.3. Matriz de ponderação das ofertas
  - 26.10. Monitorização e controlo das aquisições
    - 26.10.1. Pontos de monitorização e controlo das aquisições por tipo de contrato
    - 26.10.2. Ferramentas e técnicas
- Módulo 27. Certificação PMP® ou CAPM® e código de ética Tendências e práticas emergentes na Gestão e direção de Projetos Tecnológicos**
- 27.1. O que é PMP®, CAPM® e PMI®?
    - 27.1.1. O que é o PMP®
    - 27.1.2. CAPM®
    - 27.1.3. PMI®
    - 27.1.4. PMBok
  - 27.2. Vantagens e Benefícios de obter a certificação PMP® e CAPM®
    - 27.2.1. Técnicas e dicas para passar no exame de certificação PMP® e CAPM® na primeira tentativa
    - 27.2.2. PMI-ismos
  - 27.3. Relatório de experiência profissional para o PMI® (Project Management and Design Institute)
    - 27.3.1. Registe-se como membro do PMI®
    - 27.3.2. Requisitos de acesso ao exame de certificação PMP® e CAPM®
    - 27.3.3. Análise da experiência profissional do aluno
    - 27.3.4. Modelo de ajuda de relatório de experiência profissional do estudante
    - 27.3.5. Relatório de experiência do software do PMI®
  - 27.4. Exame de Certificação PMP® ou Exame CAPM®
    - 27.4.1. Como é o exame de certificação PMP® ou CAPM®?
    - 27.4.2. Número de questões pontuáveis e não pontuáveis
    - 27.4.3. Duração do exame
    - 27.4.4. Limiar de aprovação
    - 27.4.5. Número de perguntas por grupo de processo
    - 27.4.6. Metodologia de avaliação
  - 27.5. Metodologias ágeis:
    - 27.5.1. Agile
    - 27.5.2. SCRUM
    - 27.5.3. Kanban
    - 27.5.4. Lean
    - 27.5.5. Comparação com certificações do PMI®
  - 27.6. Desenvolvimento de *software* em metodologias ágeis
    - 27.6.1. Análise dos diferentes programas *informáticos* no mercado
    - 27.6.2. Vantagens e benefícios
  - 27.7. Vantagens e limitações da implementação de metodologias ágeis nos seus projetos tecnológicos
    - 27.7.1. Vantagens
    - 27.7.2. Limitações
    - 27.7.3. Metodologias ágeis vs. ferramentas tradicionais
  - 27.8. Código de ética na gestão de projetos
    - 27.8.1. Responsabilidade
    - 27.8.2. Respeito
    - 27.8.3. Imparcialidade

# 04

## Objetivos de ensino

Através deste exclusivo programa da TECH, os especialistas terão uma sólida compreensão sobre a Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa. Também adquirirão uma ampla gama de competências para a criação das propostas, desde a sua conceção até o seu processo de implementação. Desta forma, os profissionais terão os recursos necessários para experimentar um salto na sua trajetória profissional e elevá-la a um nível superior.



“

*Controlará de forma otimizada o orçamento das iniciativas, garantindo uma utilização eficaz dos recursos financeiros disponíveis”*



## Objetivos gerais

---

- ♦ Definir as últimas tendências na gestão empresarial, levando em conta o ambiente globalizado que rege os critérios da alta administração
- ♦ Desenvolver as principais habilidades de liderança que devem definir os profissionais em atividade
- ♦ Desenvolver estratégias para decisões de num ambiente complexo e instável
- ♦ Promover a criação de estratégias empresariais que definam os passos a serem seguidos pela empresa para se tornar mais competitiva e atingir os seus próprios objetivos
- ♦ Trabalhar de forma mais efetiva, mais ágil e mais alinhada com as novas tecnologias e ferramentas atuais
- ♦ Conceber estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão empresarial e a sua eficiência
- ♦ Adquirir as competências comunicativas necessárias num líder empresarial para garantir que a sua mensagem seja ouvida e compreendida entre os membros da sua comunidade
- ♦ Esclarecer o cenário económico no qual a empresa se desenvolve e criar estratégias adequadas para se antecipar às mudanças
- ♦ Aplicar as tecnologias de informação e a comunicação às diferentes áreas da empresa
- ♦ Realizar a estratégia de marketing que nos permita dar a conhecer o nosso produto aos potenciais clientes e gerar uma imagem adequada da nossa empresa
- ♦ Estabelecer diretrizes apropriadas para a adaptação da empresa à mudança da sociedade
- ♦ Propor um modelo de negócio dinâmico que apoie o seu crescimento em recursos intangíveis
- ♦ Aumentar a empregabilidade do profissional que estuda este Mestrado Avançado
- ♦ Melhorar o nível salarial que os profissionais têm quando obtêm esta qualificação
- ♦ Saber como gerir empresas, trabalho e pessoas em ambientes de grande incerteza
- ♦ Saber trabalhar de forma mais eficaz, mais ágil e mais alinhada com as novas tecnologias e as atuais ferramentas
- ♦ Saber quais são os principais aspetos legais-chave ao escrever o contrato de um projeto
- ♦ Conheça as melhores práticas para que a sua equipa não só se envolva mas também se comprometa com elas
- ♦ Compreender a importância da responsabilidade social das empresas como parte essencial de qualquer projeto
- ♦ Saber priorizar e adiar projetos e ideias dentro de uma organização



## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Liderança ética e Responsabilidade Social das empresas

- ◆ Desenvolver competências de liderança ética que integrem práticas de responsabilidade social e sustentabilidade na estratégia empresarial
- ◆ Tomar decisões que promovam o bem-estar social, o respeito pelo ambiente e a criação de valor a longo prazo para todas as partes interessadas

### Módulo 2. Direção estratégica e *Management* Executivo

- ◆ Capacitar na formulação e execução de estratégias empresariais que garantam o crescimento sustentável e a competitividade em mercados dinâmicos
- ◆ Adquirir competências na gestão de equipas de direção, liderando a transformação da organização para se adaptar aos desafios do ambiente global

### Módulo 3. Gestão de pessoas e gestão do talento

- ◆ Proporcionar ferramentas para a gestão do talento humano, desde a atração até à retenção dos melhores profissionais
- ◆ Desenhar estratégias de recursos humanos que alinhem as competências do pessoal com os objetivos estratégicos da empresa

### Módulo 4. Direção económico-financeira

- ◆ Aprofundar na tomada de decisões financeiras estratégicas para maximizar a rentabilidade e minimizar os riscos na empresa
- ◆ Desenvolver competências na planificação financeira, controlo de orçamentos e gestão de investimentos a nível organizacional

### Módulo 5. Direção de operações e logística

- ◆ Aprofundar na gestão eficiente de operações e logística, otimizando a cadeia de abastecimento para reduzir custos e melhorar a produtividade
- ◆ Capacitar na implementação de processos operacionais que alinhem a estratégia empresarial com a demanda do mercado

#### **Módulo 6. Direção de sistemas de informação**

- ♦ Aprofundar na integração e gestão de sistemas de informação dentro da empresa, melhorando a eficiência operacional e a tomada de decisões baseadas em dados
- ♦ Desenvolver competências para aplicar soluções tecnológicas que otimizem os processos e garantam a competitividade no mercado

#### **Módulo 7. Gestão comercial, Marketing estratégico e comunicação corporativa**

- ♦ Aprofundar na criação de estratégias comerciais e de marketing que aumentem a visibilidade da marca e otimizem as relações com os clientes
- ♦ Examinando a gestão da comunicação corporativa para fortalecer a identidade da empresa e a sua reputação no mercado

#### **Módulo 8. Investigação de mercados, publicidade e direção comercial**

- ♦ Dominar técnicas de investigação de mercados para identificar oportunidades de negócio e desenvolver estratégias publicitárias eficazes
- ♦ Obter competências para dirigir a atividade comercial, otimizando as campanhas publicitárias e garantindo o cumprimento dos objetivos

#### **Módulo 9. Inovação e Direção de Projetos**

- ♦ Desenvolver competências na direção de projetos inovadores, gerindo a mudança e a adaptação contínua a novas tendências e tecnologias
- ♦ Capacitar na planeamento, execução e avaliação de projetos de inovação que gerem valor a longo prazo para a organização

#### **Módulo 10. Management Executivo**

- ♦ Capacitar no desenvolvimento de competências de gestão para liderar equipas, tomar decisões estratégicas e gerir o desempenho organizacional
- ♦ Ser capaz de criar uma cultura de inovação, responsabilidade e compromisso que optimize os resultados da empresa

#### **Módulo 11. Âmbito e cronograma do projeto**

- ♦ Aprofundar na definição do alcance do projeto, garantindo que todos os aspetos sejam cobertos sem desvios no tempo ou recursos
- ♦ Desenvolver competências para gerir e controlar os cronogramas do projeto, garantindo o cumprimento dos prazos estabelecidos

#### **Módulo 12. Gestão económica do projeto**

- ♦ Aprofundar na gestão económica de projetos, incluindo a elaboração de orçamentos, a gestão de custos e a alocação de recursos financeiros
- ♦ Abordar a tomada de decisões financeiras dentro dos projetos para otimizar o uso dos recursos e maximizar o retorno do investimento

#### **Módulo 13. Contratação e qualidade do projeto**

- ♦ Investigar a gestão de contratos e a relação com fornecedores e clientes, garantindo que sejam cumpridos os padrões de qualidade nos projetos
- ♦ Adquirir habilidades para implementar controles de qualidade eficazes durante todas as fases do projeto

**Módulo 14. Organização e projetos inovadores**

- ♦ Aprofundar na estruturação e organização de projetos inovadores que impulsionem a competitividade e a eficiência organizacional
- ♦ Aprofundar na estruturação e organização de projetos inovadores que impulsionem a competitividade e a eficiência organizacional

**Módulo 15. Metodologias Ágeis**

- ♦ Gerir metodologias ágeis, como Scrum e Kanban, para gerir projetos de forma eficiente e flexível
- ♦ Adquirir competências para implementar métodos ágeis que melhorem a produtividade e a adaptabilidade das equipas de trabalho

**Módulo 16. PMO**

- ♦ Analisar a gestão e supervisão de um escritório de gestão de projetos, garantindo o alinhamento dos projetos com os objetivos estratégicos da empresa
- ♦ Implementar boas práticas na gestão de projetos, padronizando processos e melhorando o desempenho organizacional

**Módulo 17. Gestão dos riscos do projeto**

- ♦ Desenvolver competências na identificação, avaliação e mitigação de riscos dentro dos projetos
- ♦ Capacitar para implementar estratégias de gestão de riscos que garantam o sucesso e a continuidade do projeto

**Módulo 18. Introdução ao financiamento de projetos**

- ♦ Aprofundar nos fundamentos financeiros aplicados aos projetos, incluindo a avaliação de viabilidade e a gestão de recursos financeiros
- ♦ Ser capaz de calcular a rentabilidade dos projetos e garantir a sua viabilidade económica

**Módulo 19. Introdução ao Design e Direção de Projetos Tecnológicos e Gestão da Integração de Projetos Tecnológicos**

- ♦ Aprofundar na gestão de projetos tecnológicos, desde o planeamento até a integração das novas tecnologias nos processos existentes
- ♦ Desenhar e dirigir projetos tecnológicos, alinhando-os com os objetivos estratégicos da organização

**Módulo 20. Gestão de alcance de Projetos Tecnológicos**

- ♦ Analisar na definição e gestão do alcance dos projetos tecnológicos, garantindo que sejam cumpridos os objetivos estabelecidos sem desvios
- ♦ Desenvolver competências para gerir as expectativas dos *stakeholders* e os recursos do projeto

**Módulo 21. Gestão do tempo de Projetos Tecnológicos**

- ♦ Aprofundar a gestão eficiente do tempo em projetos tecnológicos, incluindo planeamento das atividades e otimização dos prazos
- ♦ Ser capaz de identificar congestionamentos e implementar soluções para garantir a entrega atempada do projeto

#### Módulo 22. Gestão dos custos de Projetos Tecnológicos

- ♦ Capacitar no planeamento e controlo dos custos em projetos tecnológicos, garantindo o cumprimento do orçamento atribuído
- ♦ Realizar um acompanhamento ótimo dos custos e tomar decisões que mantenham o projeto dentro dos limites financeiros estabelecidos

#### Módulo 23. Gestão da Qualidade de Projetos Tecnológicos

- ♦ Aprofundar na implementação de controles de qualidade em projetos tecnológicos, garantindo que os entregáveis cumpram com os padrões estabelecidos
- ♦ Aprofundar na medição e avaliação da qualidade em todas as fases do projeto

#### Módulo 24. Gestão dos recursos de Projetos Tecnológicos

- ♦ Analisar a alocação e gestão eficiente dos recursos humanos, materiais e financeiros em projetos tecnológicos
- ♦ Otimizar o uso dos recursos e garantir o sucesso do projeto a longo prazo

#### Módulo 25. Gestão das comunicações e dos interessados (*stakeholders*) de Projetos Tecnológicos

- ♦ Desenvolver habilidades para gerir as comunicações dentro do projeto, garantindo que todos os interessados recebam a informação necessária
- ♦ Capacitar na gestão das expectativas dos *stakeholders*, alinhando os seus interesses com os objetivos do projeto

#### Módulo 26. Gestão das aquisições de Projetos Tecnológicos

- ♦ Aprofundar na gestão de aquisições em projetos tecnológicos, garantindo que sejam selecionados os fornecedores adequados e que os contratos sejam geridos eficientemente
- ♦ Investigar na negociação de acordos que favoreçam o sucesso do projeto





### Módulo 27. Certificação PMP® ou CAPM® e Código ético Tendências e práticas emergentes na Gestão e Direção de Projetos Tecnológicos

- ♦ Aprofundar na preparação para a certificação PMP® ou CAPM®, e na implementação de práticas éticas e sustentáveis na gestão de projetos tecnológicos
- ♦ Desenvolver competências na adoção de tendências e melhores práticas emergentes que melhorem a direção de projetos tecnológicos

“

*Dispõe de uma vasta gama de recursos didáticos, acessíveis 24 horas por dia, 7 dias por semana”*

05

# Oportunidades de carreira

Após finalizar este programa em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa, os profissionais obterão uma sólida compreensão das metodologias e ferramentas essenciais para planejar, executar e supervisionar projetos tecnológicos complexos. Além disso, os graduados desenharão e implementarão estratégias que otimizem recursos e assegurem o sucesso das iniciativas tecnológicas nas organizações. Desta forma, os especialistas melhorarão as suas perspectivas profissionais e assumirão funções especializadas como Gerente de Projetos Tecnológicos.



“

*Liderará processos de Transformação Digital nas empresas, integrando tecnologias emergentes para otimizar os processos operacionais”*

### Perfil dos nossos alunos

O aluno do programa em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa é um profissional altamente capacitado para planejar, executar e supervisionar projetos tecnológicos complexos. Possui um profundo conhecimento de metodologias ágeis, ferramentas digitais e estratégias de gestão que otimizam recursos e asseguram o sucesso das iniciativas tecnológicas. Além disso, está preparado para liderar equipas multidisciplinares, colaborar com diferentes departamentos e atuar como elo entre a tecnologia e os objetivos empresariais, promovendo a inovação e eficiência organizacional.

*Garantirá a segurança e o cumprimento das normativas nos Projetos Tecnológicos, protegendo significativamente os ativos digitais.*

- ♦ **Gestão de Projetos e do Tempo:** Uma competência crucial é a habilidade para planejar, organizar e gerir projetos tecnológicos de forma eficiente, incluindo a gestão do tempo, a atribuição de recursos e a coordenação de equipas multidisciplinares para cumprir com os prazos e objetivos estabelecidos
- ♦ **Pensamento Crítico e Resolução de Problemas:** Os profissionais desenvolvem a capacidade de analisar situações complexas, identificar desafios tecnológicos e de negócios, e gerar soluções inovadoras e eficazes que otimizem os processos e assegurem o sucesso dos projetos
- ♦ **Competência Digital Avançada:** No contexto atual, é fundamental que os profissionais dominem ferramentas digitais e tecnologias emergentes, desde software de gestão de projetos até plataformas de análise de dados, para otimizar a execução e o acompanhamento dos projetos tecnológicos
- ♦ **Pensamento Estratégico:** Desenvolvem a habilidade para alinhar os projetos tecnológicos com os objetivos estratégicos da empresa, identificando oportunidades de inovação e assegurando que as iniciativas contribuam para o crescimento e sustentabilidade organizacional





Após realizar o Mestrado Avançado, poderá desempenhar os seus conhecimentos e competências nos seguintes cargos:

- 1. Diretor de Projetos Tecnológicos:** Especialista na gestão e direção de projetos tecnológicos dentro da empresa, garantindo o seu alinhamento com os objetivos estratégicos e assegurando a entrega bem-sucedida dentro do tempo e orçamento estabelecidos
- 2. Gerente de Inovação:** Profissional responsável por liderar iniciativas de inovação tecnológica, desenvolvendo e aplicando novas soluções para melhorar os processos, produtos e serviços da organização
- 3. Coordenador de Implementação Tecnológica:** Especialista em coordenar a implementação de novas tecnologias e sistemas, garantindo a sua integração eficaz na infraestrutura existente e a sua funcionalidade operacional
- 4. Consultor de Gestão de Projetos Tecnológicos:** Assessora as empresas na planificação, execução e otimização dos seus projetos tecnológicos, melhorando a eficiência, reduzindo custos e garantindo o cumprimento dos objetivos estabelecidos
- 5. Analista de Projetos Tecnológicos:** Responsável por avaliar e analisar o desempenho dos projetos tecnológicos, identificando áreas de melhoria e fornecendo recomendações para otimizar recursos e resultados
- 6. Especialista em Metodologias Ágeis:** Especialista em aplicar metodologias ágeis para a gestão de projetos, facilitando a adaptabilidade, colaboração e eficiência em ambientes dinâmicos e em constante mudança
- 7. Gerente de Tecnologia da Informação:** Responsável por supervisionar e dirigir as operações de TI, alinhando as iniciativas tecnológicas com as necessidades empresariais e garantindo a continuidade operacional
- 8. Diretor de Transformação Digital:** Profissional que lidera os processos de transformação digital na empresa, integrando tecnologias emergentes para otimizar processos, melhorar a competitividade e promover a inovação
- 9. Coordenador de Segurança de Projetos Tecnológicos:** Responsável por garantir a segurança e o cumprimento das normativas nos projetos tecnológicos, protegendo os ativos digitais e minimizando os riscos de cibersegurança
- 10. Gerente de Desenvolvimento de Software:** Especialista em liderar equipas de desenvolvimento de software, garantindo a entrega de produtos de alta qualidade que atendem às necessidades do negócio e às expectativas dos clientes

06

# Metodologia de estudo

A TECH é a primeira universidade do mundo a unir a metodologia dos **case studies** com o **Relearning**, um sistema de aprendizado 100% online baseado na repetição guiada.

Essa estratégia de ensino inovadora foi projetada para oferecer aos profissionais a oportunidade de atualizar conhecimentos e desenvolver habilidades de forma intensiva e rigorosa. Um modelo de aprendizagem que coloca o aluno no centro do processo acadêmico e lhe dá o papel principal, adaptando-se às suas necessidades e deixando de lado as metodologias mais convencionais.



“

*A TECH prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira”*

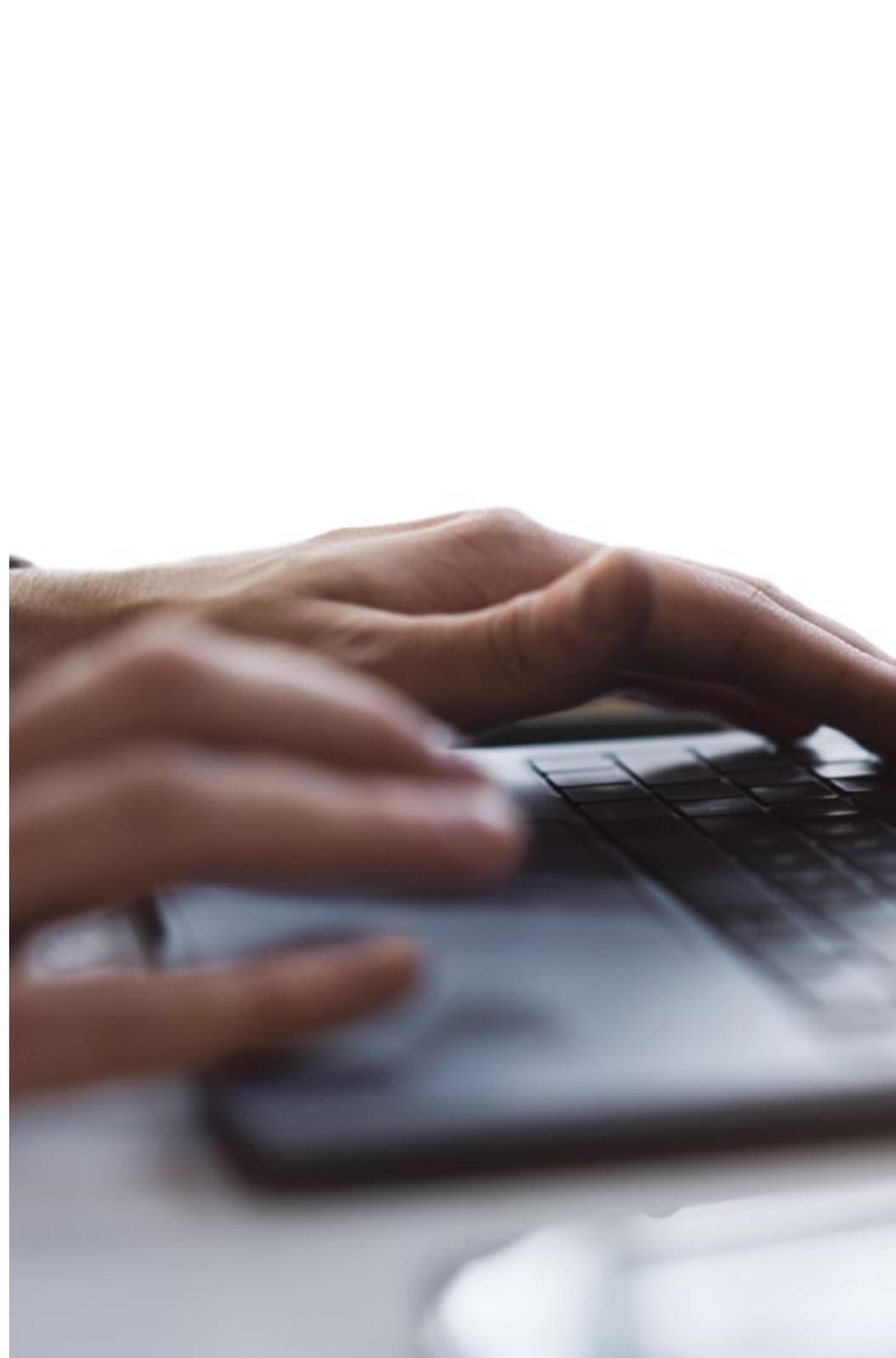
## O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

Na metodologia de estudo da TECH, o aluno é o protagonista absoluto. As ferramentas pedagógicas de cada programa foram selecionadas levando-se em conta as demandas de tempo, disponibilidade e rigor acadêmico que, atualmente, os alunos, bem como os empregos mais competitivos do mercado, exigem.

Com o modelo educacional assíncrono da TECH, é o aluno quem escolhe quanto tempo passa estudando, como decide estabelecer suas rotinas e tudo isso no conforto do dispositivo eletrônico de sua escolha. O aluno não precisa assistir às aulas presenciais, que muitas vezes não poderá comparecer. As atividades de aprendizado serão realizadas de acordo com sua conveniência. O aluno sempre poderá decidir quando e de onde estudar.

“

*Na TECH, o aluno NÃO terá aulas ao vivo  
(das quais poderá nunca participar)”*



## Os programas de ensino mais abrangentes do mundo

A TECH se caracteriza por oferecer os programas acadêmicos mais completos no ambiente universitário. Essa abrangência é obtida por meio da criação de programas de estudo que cobrem não apenas o conhecimento essencial, mas também as últimas inovações em cada área.

Por serem constantemente atualizados, esses programas permitem que os alunos acompanhem as mudanças do mercado e adquiram as habilidades mais valorizadas pelos empregadores. Dessa forma, os alunos da TECH recebem uma preparação abrangente que lhes dá uma vantagem competitiva significativa para avançar em suas carreiras.

Além disso, eles podem fazer isso de qualquer dispositivo, PC, tablet ou smartphone.

“

*O modelo da TECH é assíncrono, portanto, você poderá estudar com seu PC, tablet ou smartphone onde quiser, quando quiser e pelo tempo que quiser”*

## Case studies ou Método de caso

O método de casos tem sido o sistema de aprendizado mais amplamente utilizado pelas melhores escolas de negócios do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, sua função também era apresentar a eles situações complexas da vida real. Assim, eles poderiam tomar decisões informadas e fazer julgamentos de valor sobre como resolvê-los. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Com esse modelo de ensino, é o próprio aluno que desenvolve sua competência profissional por meio de estratégias como o *Learning by doing* ou o *Design Thinking*, usados por outras instituições renomadas, como Yale ou Stanford.

Esse método orientado para a ação será aplicado em toda a trajetória acadêmica do aluno com a TECH. Dessa forma, o aluno será confrontado com várias situações da vida real e terá de integrar conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões. A premissa era responder à pergunta sobre como eles agiriam diante de eventos específicos de complexidade em seu trabalho diário.



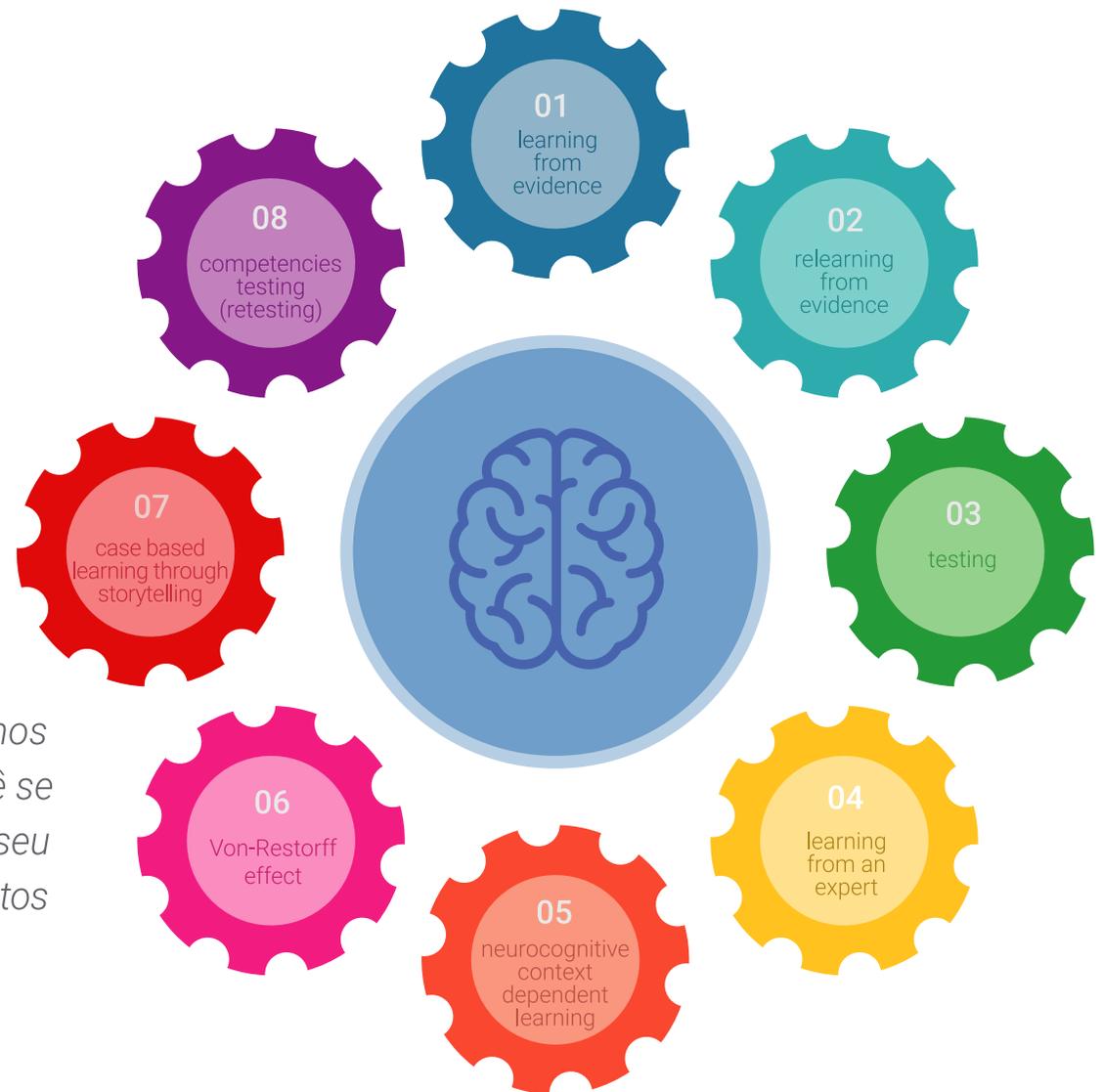
## Método Relearning

Na TECH os *case studies* são alimentados pelo melhor método de ensino 100% online: o *Relearning*.

Esse método rompe com as técnicas tradicionais de ensino para colocar o aluno no centro da equação, fornecendo o melhor conteúdo em diferentes formatos. Dessa forma, consegue revisar e reiterar os principais conceitos de cada matéria e aprender a aplicá-los em um ambiente real.

Na mesma linha, e de acordo com várias pesquisas científicas, a repetição é a melhor maneira de aprender. Portanto, a TECH oferece entre 8 e 16 repetições de cada conceito-chave dentro da mesma lição, apresentadas de uma forma diferente, a fim de garantir que o conhecimento seja totalmente incorporado durante o processo de estudo.

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



## Um Campus Virtual 100% online com os melhores recursos didáticos

Para aplicar sua metodologia de forma eficaz, a TECH se concentra em fornecer aos alunos materiais didáticos em diferentes formatos: textos, vídeos interativos, ilustrações e mapas de conhecimento, entre outros. Todos eles são projetados por professores qualificados que concentram seu trabalho na combinação de casos reais com a resolução de situações complexas por meio de simulação, o estudo de contextos aplicados a cada carreira profissional e o aprendizado baseado na repetição, por meio de áudios, apresentações, animações, imagens etc.

As evidências científicas mais recentes no campo da neurociência apontam para importância de levar em conta o local e o contexto em que o conteúdo é acessado antes de iniciar um novo processo de aprendizagem. A capacidade de ajustar essas variáveis de forma personalizada ajuda as pessoas a lembrar e armazenar o conhecimento no hipocampo para retenção a longo prazo. Trata-se de um modelo chamado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que é aplicado conscientemente nesse curso universitário.

Por outro lado, também para favorecer ao máximo o contato entre mentor e mentorado, é oferecida uma ampla variedade de possibilidades de comunicação, tanto em tempo real quanto em diferido (mensagens internas, fóruns de discussão, serviço telefônico, contato por e-mail com a secretaria técnica, bate-papo, videoconferência etc.).

Da mesma forma, esse Campus Virtual muito completo permitirá que os alunos da TECH organizem seus horários de estudo de acordo com sua disponibilidade pessoal ou obrigações de trabalho. Dessa forma, eles terão um controle global dos conteúdos acadêmicos e de suas ferramentas didáticas, em função de sua atualização profissional acelerada.



*O modo de estudo online deste programa permitirá que você organize seu tempo e ritmo de aprendizado, adaptando-o à sua agenda”*

### A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

1. Os alunos que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade intelectual através de exercícios de avaliação de situações reais e de aplicação de conhecimentos.
2. A aprendizagem se consolida nas habilidades práticas, permitindo ao aluno integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
3. A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e eficiente, graças à abordagem de situações decorrentes da realidade.
4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.



## A metodologia universitária mais bem avaliada por seus alunos

Os resultados desse modelo acadêmico inovador podem ser vistos nos níveis gerais de satisfação dos alunos da TECH.

A avaliação dos estudantes sobre a qualidade do ensino, a qualidade dos materiais, a estrutura e os objetivos dos cursos é excelente. Não é de surpreender que a instituição se tenha tornado a universidade mais bem classificada pelos seus estudantes de acordo com o índice Global Score, obtendo uma classificação de 4,9 em 5.

*Acesse o conteúdo do estudo de qualquer dispositivo com conexão à Internet (computador, tablet, smartphone) graças ao fato da TECH estar na vanguarda da tecnologia e do ensino.*

*Você poderá aprender com as vantagens do acesso a ambientes de aprendizagem simulados e com a abordagem de aprendizagem por observação, ou seja, aprender com um especialista.*

Assim, os melhores materiais educacionais, cuidadosamente preparados, estarão disponíveis neste programa:



#### Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online, com as técnicas mais recentes que nos permitem lhe oferecer a melhor qualidade em cada uma das peças que colocaremos a seu serviço.



#### Práticas de aptidões e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no âmbito da globalização.



#### Resumos interativos

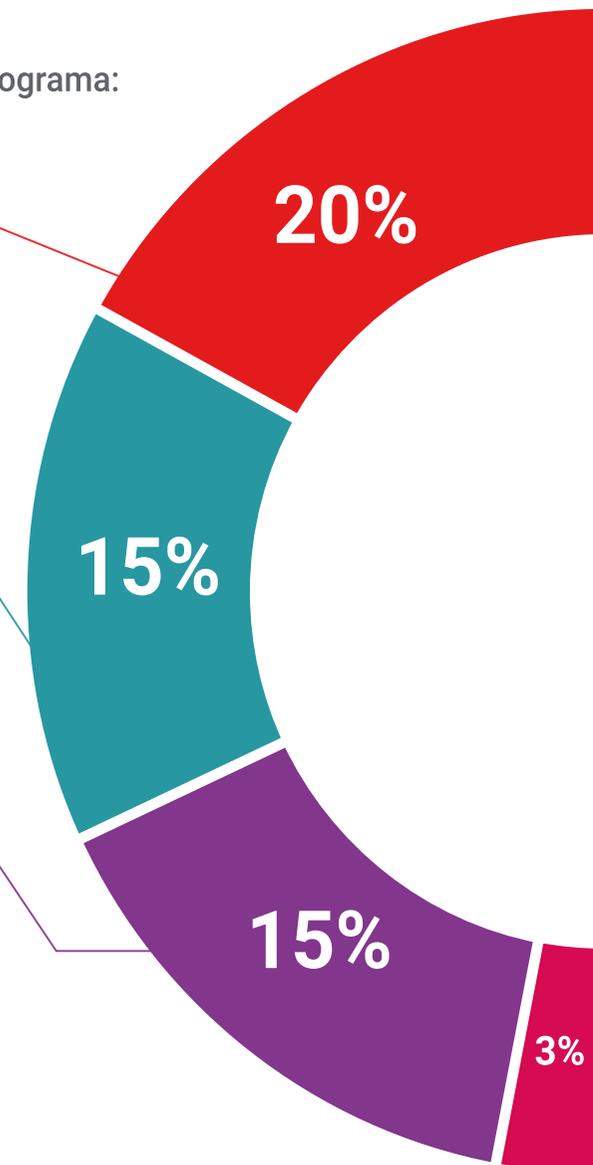
Apresentamos os conteúdos de forma atraente e dinâmica em pílulas multimídia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais com o objetivo de reforçar o conhecimento.

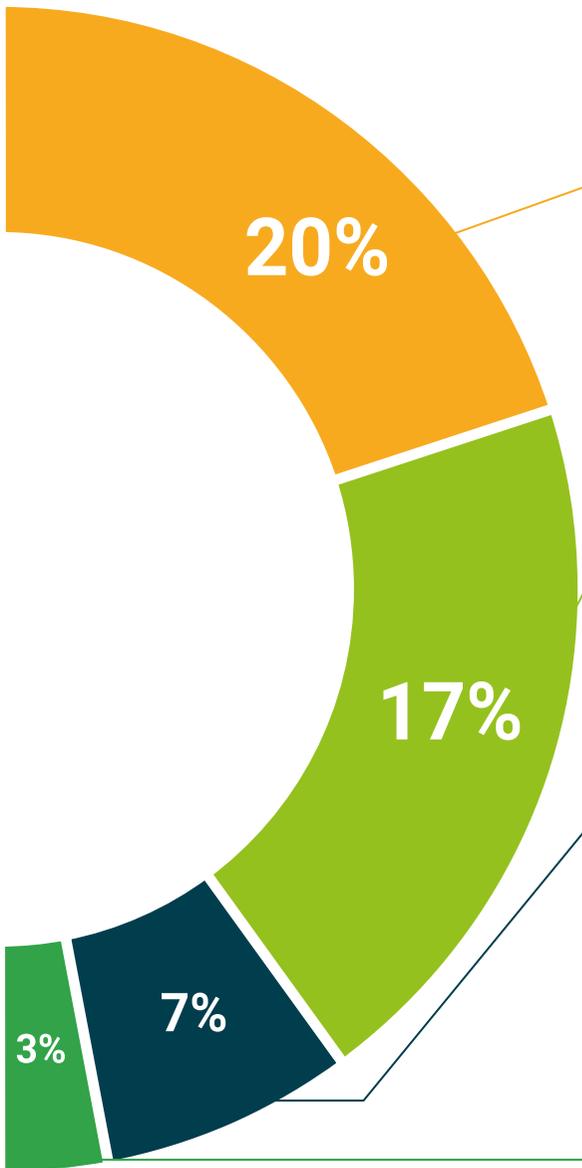
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



#### Leituras complementares

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual do estudante você terá acesso a tudo o que for necessário para completar sua capacitação.





**Case Studies**

Você concluirá uma seleção dos melhores *case studies* da disciplina. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas no cenário internacional.



**Testing & Retesting**

Avaliamos e reavaliamos periodicamente seus conhecimentos ao longo de todo o programa. Fazemos isso em 3 dos 4 níveis da Pirâmide de Miller.



**Masterclasses**

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

O *Learning from an expert* fortalece o conhecimento e a memória, e aumenta nossa confiança para tomar decisões difíceis no futuro.



**Guias rápidos de ação**

A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.



07

# Corpo docente

Leal à sua filosofia de proporcionar as qualificações académicas mais atualizadas e completas do panorama académico, a TECH selecciona com rigor os seus diversos corpos docentes. Para este programa, reuniu os especialistas mais destacados no âmbito da Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa. Estes profissionais possuem uma experiência de trabalho alargada, na qual desenvolveram múltiplas soluções inovadoras para ajudar as instituições a melhorar os seus processos operacionais e garantir a sua sustentabilidade a longo prazo. Assim, os alunos irão desfrutar de uma experiência imersiva que lhes permitirá dar um salto qualitativo significativo nas suas carreiras profissionais.





“

*Contará com o apoio da equipa docente, composta por autênticos especialistas em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa”*

## Diretor Internacional Convidado

Com uma longa trajetória focada no ensino superior, J. Michael DeAngelis tem exercido funções como **locutor**, **redator de guião** e **ator**. Após ocupar diversos cargos acadêmicos na Universidade da Pensilvânia, foi nomeado **Diretor Associado de Comunicações e Tecnologia** nesta instituição norte-americana. Lá, é responsável por produzir e apresentar o pódcast informativo semanal **CS Radio**. Além disso, é co-criador do pódcast de comédia *Mission: Rejected*, no qual exerce funções de direção, redação e produção.

Ao longo da sua carreira, trabalhou em cadeias de televisão educativa local e em **estações de rádio** nas seções de notícias. Por outro lado, após se graduar em **Artes Cénicas** no Muhlenberg College, assumiu o cargo de diretor da **The Porch Room**, uma produtora de pódcasts, cinema e teatro. Com toda esta experiência, teve a oportunidade de realizar diversas funções na área da **Comunicação** e o **Entretenimento**. Ainda, desempenhou funções tanto à frente como atrás dos microfones nas áreas informativa e de entretenimento.

Em particular, com a irrupção dos **pódcast** e o seu contínuo crescimento, este especialista tem-se especializado em criar e produzir este tipo de conteúdos sonoros. Através deles, e graças à sua experiência como ator, consegue transmitir aos ouvintes não só informação e histórias, mas também emoções através da sua voz.

Por outro lado, DeAngelis foi reconhecido várias vezes pelo seu trabalho teatral. A sua peça *Drop* foi premiada no **Festival Samuel French Off-Off Broadway Short Play** em 2009. Nesse mesmo ano, conquistou o **Prémio Perry** da **Associação de Teatros Comunitários de Nova Jérсия (NJACT)** pela melhor produção de uma obra original com *Accidents Happen*. Simultaneamente, a sua notável trajetória levou-o a integrar o **Dramatist Guild of America**.



## Sr. DeAngelis, J. Michael

---

- ♦ Diretor de Comunicações e Tecnologia na Universidade da Pensilvânia, Estados Unidos
- ♦ Diretor da produtora The Porch Room
- ♦ Apresentador do pódcast informativo semanal CS Radio
- ♦ Locutor e *Podcaster*
- ♦ Prémio Perry da NJACT
- ♦ Licenciatura em Artes Cénicas pelo Muhlenberg College
- ♦ Curso em Interpretação e Crítica Teatral pelo Goldsmiths College da Universidade de Londres
- ♦ Membro de: Gremio de Dramaturgos da América

“

*Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo"*

## Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência na concepção e gestão de equipas globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **contratação** e **estratégia tecnológica**. Ao longo da sua experiência profissional, ocupou cargos de direção em várias organizações tecnológicas de empresas cotadas na lista *Fortune 50*, como **NBCUniversal** e **Comcast**. A sua trajetória permitiu-lhe destacar-se em ambientes competitivos e de elevado crescimento.

Como **Vice-presidenta de Aquisição de Talentos em Mastercard**, é responsável pela supervisão da estratégia e execução da integração de talentos, trabalhando com os líderes empresariais e os responsáveis de **Recursos Humanos** para atingir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em particular, o seu objetivo é **criar equipas diversas, inclusivas e de alto desempenho** que impulsionem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. É também uma especialista na utilização de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. É também responsável por **amplificar a marca de empregador** e a proposta de valor de **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

Jennifer Dove tem demonstrado o seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente em redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para a incorporação de numerosos trabalhadores em diferentes empresas. Depois de obter a sua licenciatura em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de Miami, ocupou cargos de direção no recrutamento de empresas em diversas áreas.

Por outro lado, foi reconhecida pela sua capacidade de liderar transformações organizacionais, **integrar tecnologias nos processos de recrutamento** e desenvolver programas de liderança que preparem as instituições para os desafios futuros. Também implementou com sucesso programas de **bem-estar profissional** que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção dos empregados.



## Sra. Dove, Jennifer

---

- Vice-Presidente, Aquisição de Talentos, Mastercard, Nova Iorque, EUA
- Diretora de Aquisição de Talentos na NBCUniversal Media, Nova Iorque, EUA
- Diretora de Recrutamento da Comcast
- Responsável pelo recrutamento na Rite Hire Advisory
- Vice-Presidente Executiva, Divisão de Vendas na Ardor NY Real Estate
- Diretora de Recrutamento na Valerie August & Associates
- Executiva de contas na BNC
- Executivo de contas na Vault
- Formada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami

“

*Uma experiência de capacitação única,  
chave e decisiva para impulsionar o  
seu desenvolvimento profissional”*

## Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência nas principais multinacionais tecnológicas, Rick Gauthier desenvolveu-se de forma proeminente no domínio dos serviços na nuvem e melhora de processos de extremo a extremo. Foi reconhecido como um líder e gestor de equipas altamente eficiente, demonstrando um talento natural para assegurar um elevado nível de compromisso entre os seus empregados.

Tem um dom inato para a estratégia e a inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando o seu sucesso com dados de qualidade. A sua trajetória na Amazon le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. Em Microsoft liderou uma equipa de 104 pessoas, responsáveis por fornecer infraestrutura informática a nível corporativo e apoiar os departamentos de engenharia de produtos em toda a empresa.

Esta experiência permitiu-lhe destacar-se como um gestor de alto impacto com capacidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral dos clientes.



## Sr. Gauthier, Rick

---

- Diretor regional de TI na Amazon, Seattle, EUA
- Chefe de programas sénior na Amazon
- Vice-presidente da Wimmer Solutions
- Diretor sénior de serviços de engenharia de produtividade na Microsoft
- Licenciatura em Cibersegurança pela Western Governors University
- Certificado técnico em *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Licenciatura em Estudos Ambientais pelo The Evergreen State College

“

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

## Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é um reconhecido especialista internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo da sua longa carreira, assumiu muitos riscos e é um **defensor** constante da **inovação** e da **mudança** no ambiente empresarial. Com essa experiência, tem trabalhado com CEOs e organizações empresariais em todo o mundo, levando-os a afastarem-se dos modelos de negócio tradicionais. Ao fazê-lo, ajudou empresas como a Shell Energy a tornarem-se **verdadeiros líderes de mercado**, centrados nos seus clientes e no mundo digital.

As estratégias concebidas por Arman têm um impacto latente, uma vez que permitiram a várias empresas **melhorar as experiências dos consumidores, dos funcionários e dos accionistas**. O sucesso deste especialista é quantificável através de métricas tangíveis como o **CSAT**, o **envolvimento dos colaboradores** nas instituições onde trabalhou e o crescimento do **indicador financeiro EBITDA** em cada uma delas.

Além disso, na sua carreira profissional, tem alimentado e **liderado equipas de alto desempenho** que chegaram a ser premiadas pelo seu **potencial transformador**. Com a Shell, especificamente, o executivo sempre se propôs a **superar** três desafios: atender às complexas **demandas de descarbonização** dos clientes, **apoiar** a “**descarbonização custo-efetiva**” e **reformular** um cenário fragmentado de **dados, digital e tecnologia**. Assim, os seus esforços mostraram que, para alcançar um sucesso sustentável, é essencial partir das necessidades dos consumidores e lançar as bases para a transformação de processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o executivo destaca-se pelo seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligência Artificial**, uma matéria em que possui uma pós-graduação da Escola de Gestão de Londres. Ao mesmo tempo, acumula experiência em **IoT e Salesforce**.



## Sr. Arman, Romi

---

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Empresa de Energia Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de E-Commerce e Atendimento ao Cliente na Shell Energy Corporation
- Gestor Nacional de Contas Principais (OEMs e Retalhistas Automóveis) para a Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor de Gestão Sênior (Setor de Serviços Financeiros) para a Accenture, em Singapura
- Licenciado pela Universidade de Leeds
- Pós-Graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores da London Business School
- Certificação Profissional de Experiência do Cliente CCXP
- Curso de Transformação Digital para Executivos do IMD

“

*Pretende atualizar os seus conhecimentos com a mais elevada qualidade educativa? A TECH oferece-lhe o conteúdo mais atualizado do mercado académico, concebido por especialistas de renome internacional”*

## Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um profissional experiente em gestão de dados e líder de uma equipa altamente qualificada. De fato, Arens ocupa o cargo de **gestor global de compras** na divisão de Infra-estruturas Técnicas e Centros de Dados da Google, onde desenvolveu a maior parte da sua carreira profissional. Com sede em Mountain View, Califórnia, forneceu soluções para os desafios operacionais para o gigante da tecnologia, como a **integridade dos dados mestres**, as **atualizações dos dados dos fornecedores** e a **priorização** destes. Liderou o planeamento da cadeia de abastecimento de centros de dados e a **avaliação de riscos dos fornecedores**, gerando melhorias no processo e na gestão dos fluxos de trabalho, o que resultou em poupanças significativas de custos.

Com mais de uma década de trabalho no fornecimento de soluções digitais e liderança para empresas em diversos setores, tem uma vasta experiência em todos os aspetos do fornecimento de soluções estratégicas, incluindo **Marketing**, **análise de meios**, **medição** e **atribuição**. De fato, recebeu vários prémios pelo seu trabalho, entre os quais o **Prémio de Liderança BIM**, o **Prémio de Liderança Search**, **Prémio do Programa de Geração de Leads de Exportação** e o **Prémio para o melhor modelo de Vendas da EMEA**.

Arens também desempenhou-se como **Gestor de Vendas** em Dublin, Irlanda. Nesta posição, construiu uma equipa de 4 para 14 membros em três anos e levou a equipa de vendas a alcançar resultados e a colaborar bem entre si e com equipas multifuncionais. Também trabalhou como **Analista Sénior** de Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando storylines para mais de 150 clientes, utilizando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e redigiu relatórios aprofundados para demonstrar o seu domínio do tópico, incluindo a compreensão dos **fatores macroeconómicos** e **políticos/regulamentares** que afetam a adoção e difusão da tecnologia.

Também liderou equipas em empresas como **Eaton**, **Airbus** e **Siemens**, onde adquiriu uma experiência valiosa na gestão de contas e da cadeia de abastecimento. Destaca, em particular, o seu trabalho de superação contínua das expectativas através da **construção de relações valiosas com os clientes** e **trabalhar de forma fluida com pessoas a todos os níveis de uma organização**, incluindo stakeholders, gestores, membros da equipa e clientes. A sua abordagem orientada para os dados e a sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e expansíveis para os desafios do setor tornaram-no um líder proeminente no seu domínio.



## Sr. Arens, Manuel

---

- Gestor Global de Compras na Google, Mountain View, EUA
- Responsável principal de Análise e Tecnologia B2B na Google, EUA
- Diretor de vendas na Google, Irlanda
- Analista Industrial Sênior na Google, Alemanha
- Gestor de contas na Google, Irlanda
- Accounts Payable em Eaton, Reino Unido
- Gestor da Cadeia de Fornecimento na Airbus, Alemanha

“

*Aposte na TECH! Terá acesso aos melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de renome internacional na área”*

## Diretor Internacional Convidado

Andrea La Sala é um executivo de Marketing experiente cujos Projetos tiveram um **impacto significativo** no ambiente da Moda. Ao longo da sua carreira de sucesso, desenvolveu diferentes tarefas relacionadas com o Produto, o Merchandising e a Comunicação. Tudo isto, ligado a marcas de prestígio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados deste executivo internacional de alto nível estão ligados à sua capacidade comprovada de sintetizar informações em quadros claros e executar **ações concretas** alinhadas com objetivos comerciais específicos. Além disso, é reconhecido pela sua **proatividade e adaptação a ritmos de trabalho acelerados**. A tudo isto, junta uma forte consciência comercial, visão de mercado e uma **paixão genuína** pelos produtos.

Como Diretor Global de Marca e Merchandising na **Giorgio Armani**, supervisionou uma variedade de estratégias de Marketing para vestuário e acessórios. As suas táticas também se centraram no retalho e nas **necessidades e comportamento dos consumidores**. Nesta função, La Sala também foi responsável por moldar o marketing de produtos em diferentes mercados, actuando como chefe de equipa nos departamentos de **Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como a **Calvin Klein** ou o **Gruppo Coin**, realizou Projetos para promover a estrutura, o desenvolvimento e a comercialização de diferentes coleções. Foi também responsável pela criação de **calendários eficazes** para campanhas de compra e venda. Também geriu as condições, os custos, os processos e os prazos de entrega de diferentes operações.

Estas experiências fizeram de Andrea La Sala um dos **líderes empresariais** de topo e mais qualificados no setor da **Moda** e do **Luxo**. Uma elevada capacidade de gestão com a qual conseguiu implementar eficazmente o **posicionamento positivo** de diferentes marcas e redefinir os seus indicadores-chave de desempenho (KPI).



## Sr. La Sala, Andrea

---

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange em Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Grupo Coin
- Diretor de Marca na Dolce&Gabbana
- Brand Manager em Sergio Tacchini S.p.A
- Analista de Mercado na Fastweb
- Licenciado em Gestão e Economia pela Universidade de Estudos do Piemonte Oriental

“

*Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes esperam por si na TECH para lhe oferecer um ensino de primeira classe, atualizado e baseado nas últimas evidências científicas. Do que está à espera para se inscrever?"*

## Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinónimo de inovação e excelência no domínio da **Inteligência Empresarial** a nível internacional. Sua bem-sucedida carreira está associada a cargos de liderança em multinacionais como **Walmart** e **Red Bull**. Além disso, este especialista destaca-se pela sua visão para **identificar tecnologias emergentes** que, a longo prazo, têm um impacto permanente no ambiente empresarial.

Por outro lado, o executivo é considerado um **pioneiro** na **utilização de técnicas de visualização de dados** que simplificaram montagens complexas, tornando-as acessíveis e facilitando a tomada de decisões. Esta competência tornou-se a pedra angular do seu perfil profissional, tornando-o um ativo procurado por muitas organizações que apostavam por **recolher informações** e **gerar ações** concretas a partir delas.

Um dos seus projetos mais proeminentes nos últimos anos foi a **plataforma Walmart Data Cafe**, a maior do seu género no mundo, ancorada na nuvem para **análise de Big Data**. Além disso, ocupou o cargo de **Diretor de Business Intelligence** em **Red Bull**, abrangendo domínios como **Vendas, Distribuição, Marketing e Operações da Cadeia de Abastecimento**. Sua equipa foi recentemente reconhecida pela sua constante inovação na utilização da nova API do Walmart Luminare para *insights* de Compradores e Canais.

No que respeita à sua formação, o diretor tem vários estudos de Mestrado e de pós-graduação em centros de prestígio como a **Universidade de Berkeley**, nos Estados Unidos, e a **Universidade de Copenhaga**, na Dinamarca. Através desta atualização contínua, o especialista alcançou as competências de vanguarda. Assim, passou a ser considerado um **líder nato** da **nova economia mundial**, centrada no impulso dos dados e nas suas infinitas possibilidades.



## Sr. Gram, Mick

---

- Diretor de *Business Intelligence* e Análisis em Red Bull, Los Angeles, EUA
- 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 Principal na Nordea
- Consultor Chefe de *Business Intelligence* para SAS
- Executive Education em IA e Machine Learning em UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive em comércio eletrónico na Universidade de Copenhaga
- Licenciatura e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhaga

“

*Estuda na melhor universidade online do mundo segundo a Forbes! Neste MBA, terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimédia, desenvolvida por professores de renome internacional”*

## Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um reputado especialista no domínio do **Marketing Digital** que, durante mais de 19 anos, esteve ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do espetáculo, **Warner Bros. Discovery**. Nesta função, desempenhou um papel fundamental na **supervisão da logística e fluxos de trabalhos criativos** em diversas plataformas digitais incluindo redes sociais, pesquisa, *display* e meios lineares.

A liderança deste executivo tem sido crucial para fazer avançar as **estratégias de produção em meios pagos**, o que resultou numa notável **melhoria nas taxas de conversão** da sua empresa. Simultaneamente, assumiu outras funções, tais como Diretor de Serviços de Marketing e Gestor de Tráfego na mesma multinacional durante a sua anterior gestão.

Por sua vez, a Stevenson tem estado envolvido na distribuição global de videojogos e **campanhas de propriedade digital**. Foi também responsável pela introdução de estratégias operacionais relacionadas com a formação, finalização e entrega de conteúdos de som e imagem para **anúncios televisivos e trailers**.

Por outro lado, o especialista possui uma licenciatura em Telecomunicações pela Universidade da Florida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra a sua proficiência em **comunicação e narrativa**. Além disso, participou na Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de ponta sobre a utilização da **Inteligência Artificial nos negócios**. Assim, o seu perfil profissional é um dos mais como um dos mais relevantes no atual domínio do **Marketing e os Meios Digitais**.



## Sr. Stevenson, Scott

---

- Diretor de Marketing Digital na Warner Bros. Discovery, Burbank, EUA
- Gestor de Tráfego na Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade de Califórnia
- Licenciatura em Telecomunicações pela Universidade de Florida

“

*Alcance os seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA guiá-lo-ão ao longo de todo o processo de aprendizagem”*

## Diretora Internacional Convidada

Galardoada com o prémio “*International Content Marketing Awards*” pela criatividade, liderança e qualidade dos seus conteúdos informativos, Wendy Thole-Muir é uma reconhecida **Diretora de Comunicação** altamente especializada no domínio da **Gestão da Reputação**.

Neste sentido, desenvolveu uma sólida carreira profissional de mais de duas décadas neste domínio, que levou-a a integrar prestigiadas entidades de referência internacional, tais como **Coca-Cola**. Esta função implica a supervisão e a gestão da comunicação empresarial, bem como o controlo da imagem da organização. Entre as suas principais contribuições destacam-se a liderança da implementação da **plataforma de interação interna** Yammer. Como resultado, os empregados aumentaram o seu compromisso com a marca e criaram uma comunidade que melhorou significativamente a transmissão de informações.

Por outro lado, tem sido responsável pela gestão da comunicação das **investimentos estratégicos** de empresas em diferentes países africanos. Uma demonstração disso é que geriu diálogos sobre investimentos significativos no Quênia, demonstrando o compromisso das entidades com o desenvolvimento económico e social do país. Por sua vez, alcançou numerosos **reconhecimentos** pela sua capacidade de gerir as percepções das empresas em todos os mercados em que opera. Desta forma, assegurou que as empresas mantivessem um perfil elevado e que os consumidores as associassem a uma alta qualidade.

Além disso, no seu firme compromisso com a excelência, tem estado ativamente envolvida em reputados **Congressos** e **Simpósios** à escala mundial, com o objetivo de ajudar os profissionais da informação a manterem-se na vanguarda das técnicas mais sofisticadas para **desenvolver planos estratégicos de comunicação** de sucesso. Assim, ajudou numerosos especialistas a antecipar situações de crise institucional e a gerir eventos adversos de uma forma eficaz.



## Sra. Thole-Muir, Wendy

---

- Diretora de Comunicação Estratégica e Reputação Corporativa na Coca-Cola, África do Sul
- Responsável de Reputação Corporativa e Comunicação na ABI na SABMiller, Lovânia, Bélgica
- Consultora de Comunicação na ABI, Bélgica
- Consultora de Reputação e Comunicação na Third Door, Gauteng, África do Sul
- Mestrado em Estudos do Comportamento Social pela Universidade da África do Sul
- Mestrado em Artes com especialização em Sociologia e Psicologia pela Universidade da África do Sul
- Licenciatura em Ciências Políticas e Sociologia Industrial pela Universidade de KwaZulu-Natal
- Licenciatura em Psicologia pela Universidade da África do Sul

“

*Graças a esta titulação universitária 100% online, poderá conciliar os seus estudos com as suas tarefas quotidianas, com a ajuda dos maiores especialistas internacionais no domínio do seu interesse. Inscreva-se já!”*

## Direção



### Dra. Romero Mariño, Brunil Dalila

- ♦ Doutoramento em Tecnologias da Informação e da Comunicação
- ♦ Doutoramento em Tecnologias da Informação e da Comunicação pela Universidade de Granada (UGR), Espanha
- ♦ Administradora de Base de Dados na Associação OCREM, Granada
- ♦ Consultora de Projetos de *Software* e Arquitetura Tecnológica para diversas empresas na Venezuela
- ♦ Professora Universitária de Informática do Departamento de Processos e Sistemas na Universidade Simón Bolívar (USB), Venezuela
- ♦ Investigadora em Engenharia de *Software* e áreas conexas do Departamento de Processos e Sistemas na USB, Venezuela
- ♦ Tutora de Estágios na USB, Venezuela
- ♦ Professora Universitária de Informática da Escola de Engenharia de Sistemas na Universidade Bicentenária de Aragua (UBA), Venezuela
- ♦ Diretora da Escola de Eletrónica e Coordenadora da Comissão de Trabalhos Especiais de Graduação do Instituto Universitário de Tecnologia Antónío José de Sucre (UTS), Venezuela
- ♦ Engenheira de Sistemas pela UBA, Venezuela
- ♦ Especialista em Comunicações e Redes de Comunicação de Dados pela Universidade Central da Venezuela (UCV)
- ♦ Mestrado em Engenharia de Sistemas pela USB, Venezuela
- ♦ Membro Avaliador de projetos de doutoramento da Universidade Americana da Europa (UNADE)



### **Sr. Pampliega, Carlos**

- ♦ Responsável pelo Gabinete de Gestão de Projetos e Riscos, Consultor e Formador em diversas Universidades e Escolas de Negócios
- ♦ Diretor do Curso de Gestão de Projetos da Escola de Negócios CEU Castilla y León
- ♦ Diretor do PMI Castilla y León Branch
- ♦ Membro ativo do PMI-Madrid Spain Chapter
- ♦ Membro do Conselho Editorial da revista científica Building & Management.
- ♦ Membro do Comité de Juízes de PMO, de PMO Global Alliance Awards
- ♦ Arquiteto especializado em Gestão de Projetos e Riscos
- ♦ Associado Certificado em Gestão de Riscos pela Universidade George Washington
- ♦ Certificado Project Management Professional (PMP)
- ♦ Professional Scrum Master certificado por Scrum.org

## **Professores**

### **Dr. Roji Ferrari, Salvador**

- ♦ Especialista em Contabilidade e Finanças
- ♦ Autor de vários livros sobre finanças e economia da empresa
- ♦ Doutoramento em Contabilidade e Finanças pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Licenciatura em Jornalismo pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Mestrado em Ciências das Finanças, Universidade de Maryland & Baltimore
- ♦ Mestrado em Administração de Empresas (MBA), Universidade de Maryland & Baltimore

08

# Certificação

O Mestrado Avançado em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa garante, além da formação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um certificado de Mestrado Avançado emitido pela TECH Global University.



“

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

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Mestrado Avançado em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa** 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 dos seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, investigadores e académicos.

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

Título: **Mestrado Avançado em Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa**

Modalidade: **online**

Duração: **2 anos**

Acreditação: **120 ECTS**



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



## Mestrado Avançado Gestão de Projetos Tecnologia nas Empresas

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 120 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

# Mestrado Avançado

## Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa

