

# Executive Master

## MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)

M B A E C C S O

A photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard, overlaid with a network of orange and blue lines and dots, symbolizing connectivity and data flow.

**tech** global university



## Executive Master

### MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online
- » Indicado para: licenciados e profissionais com experiência demonstrável em áreas de direção e gestão

Acesso ao site: [www.techtitute.com/pt/escola-de-gestao/executive-master/executive-master-mba-estrategia-cso-chief-strategy-officer](http://www.techtitute.com/pt/escola-de-gestao/executive-master/executive-master-mba-estrategia-cso-chief-strategy-officer)



# Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 6

03

Porquê o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 24

07

Metodologia

pág. 36

08

O perfil dos nossos alunos

pág. 44

09

Direção do curso

pág. 48

10

Impacto para sua carreira

pág. 54

11

Benefícios para a sua  
empresa

pág. 58

12

Certificação

pág. 62

01

# Boas-vindas

O aumento da concorrência e a própria volatilidade política e económica de muitos mercados hoje em dia significa que as estratégias empresariais devem ser refinadas e adaptadas a situações incertas. Não é um trabalho fácil, e é por isso que o Chief Strategy Officer (CSO) está a tornar-se cada vez mais importante. Este gestor de alto nível deve possuir vastas competências em gestão estratégica, comportamento organizacional, análise de negócios e planeamento. Isto dá-lhes um estatuto elevado, tanto em termos de emprego como de estatuto económico. Neste programa, o gestor terá acesso às chaves e competências necessárias para se posicionar como uma CSO de prestígio, com acesso a material didático escrito por líderes versados no campo da análise estratégica. A metodologia 100% online da TECH garante o acesso a uma qualificação inovadora sem ter de sacrificar qualquer aspeto da vida profissional ou pessoal da futura CSO.



MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer).  
TECH Global University

“

Dê um passo decisivo ao especializar-se nas qualidades que mais fazem sobressair um CSO competente, ensinadas pelos melhores profissionais do setor empresarial”

02

# Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo dos mais elevados padrões académicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

*A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do estudante para o ajudar a alcançar o sucesso empresarial”*

## Na TECH Global University



### Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem em linha que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional que fornecerá as chaves para o estudante se desenvolver num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de qualquer empresário.

*“Caso de Sucesso Microsoft Europa”* por incorporar um sistema multi-vídeo interativo inovador nos programas.



### As exigências mais altas

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados.

**95%**

dos estudantes do TECH completam com sucesso os seus estudos



### Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, para que os estudantes possam criar uma grande rede de contactos que será útil para o seu futuro.

**+100.000**

gestores formados todos os anos

**+200**

nacionalidades diferentes



### Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais atores económicos dos 7 continentes.

**+500**

acordos de colaboração com as melhores empresas



### Talento

Este programa é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no ambiente empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda os estudantes a mostrar o seu talento ao mundo no final deste programa.



### Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, os estudantes podem desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH provêm de mais de 200 nacionalidades.



## Aprenda com os melhores



A equipa docente da TECH explica na sala de aula o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita aos estudantes avançar nas suas carreiras e se destacar no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.

“

*Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico”*

Porquê estudar na TECH? | 09 **tech**

A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma universidade única:



### Análises

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



### Excelência académica

A TECH oferece aos estudantes a melhor metodologia de aprendizagem on-line. A universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com Case Studies Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



### Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10.000 pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.

03

# Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo. É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta a um futuro promissor. Os estudantes aprenderão com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.

“

*Temos o corpo docente mais prestigiado  
e o programa mais completo do mercado,  
o que nos permite oferecer ensino do mais  
alto nível académico”*

Este programa trará uma multiplicidade de empregos e benefícios pessoais, incluindo os seguintes:

**01**

### **Dar um impulso definitivo à carreira do aluno**

Ao estudar na TECH, os estudantes poderão assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

*70% dos participantes desta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.*

**03**

### **Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo**

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que os estudantes se possam posicionar como gestores de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

**04**

### **Assumir novas responsabilidades**

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

**02**

### **Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa.**

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

*A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.*

*45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.*

05

### Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH liga os seus estudantes em rede para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

*Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.*

06

### Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

*20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.*

07

### Melhorar soft skills e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

*Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.*

08

### Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade TECH Global University.

*Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.*

04

# Objetivos

Este programa foi concebido com o objetivo claro de aperfeiçoar as competências do gestor para apoiar fortemente a sua proposta de valor como CSO. Para tal, todas as questões teóricas de relevância no desenvolvimento e criação de estratégias empresariais serão tratadas ao longo de todo o programa, devidamente contextualizadas com casos reais e exemplos que facilitem a aprendizagem.

66

Terá pleno acesso a leituras complementares especificamente selecionadas pela equipa docente, permitindo-lhe aprofundar as questões estratégicas que mais lhe interessam"

**A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos**

**Trabalham em conjunto para os alcançar**

○ **MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)** capacitará o aluno para:

**01**

Definir os elementos da estratégia como a base principal da gestão estratégica

**02**

Compreender os diferentes tipos de estratégia que podem ser implementados numa empresa

**03**

Analizar o comportamento estratégico de uma organização a diferentes níveis

**04**

Desenvolver e implementar a estratégia mais apropriada para cumprir os objetivos da empresa

**05**

Descrever a lógica do processo de gestão estratégica e o significado de cada uma das suas fases



06

Definir as relações básicas da empresa com o seu ambiente

08

Identificar as diferentes vias de crescimento que as empresas podem escolher

07

Analizar a influência dos *Stakeholders* ou partes interessadas sobre a empresa

09

Aplicação dos conhecimentos teóricos a situações da vida real através de estudos de casos

10

Fomentar uma atitude empreendedora e criativa

**11**

Descrever as características, problemas e implicações humanas, económicas, político-jurídicas e organizacionais das diferentes modalidades de desenvolvimento estratégico

**12**

Desenvolver estratégias e metodologias para levar a cabo processos de tomada de decisão em situações críticas ou decisivas

**13**

Aplicação de técnicas apropriadas de gestão de recursos humanos

**14**

Desenvolver capacidades de liderança para estimular a motivação de equipas



15

Aplicar técnicas de marketing que promovam o conhecimento da empresa



16

Implementar políticas de preços

17

Gerir de maneira adequada as compras e a cadeia de abastecimento

18

Compreender o ambiente globalizado em que a empresa opera e desenvolver estratégias que favoreçam a internacionalização da empresa

05

# Competências

A fim de assegurar um desenvolvimento abrangente e eficaz das competências essenciais no trabalho diário de um *Chief Strategy Officer*, a TECH tem colocado especial ênfase ao longo de todo o programa na aquisição e melhoria das competências transversais mais procuradas. Isto significa uma maior ênfase em questões como a gestão de talentos, gestão de pessoas e gestão de tempo e esforço, todas elas altamente valorizadas pelos gestores no século XXI.



66

*Levará a sua carreira ao mais alto nível de estratégia operacional e empresarial, adquirindo o papel de CSO com competência e eficácia"*

**01**

Explorar novas oportunidades de negócio e concentrar-se na inovação e no empreendedorismo

**02**

Realização da gestão financeira de uma empresa

**03**

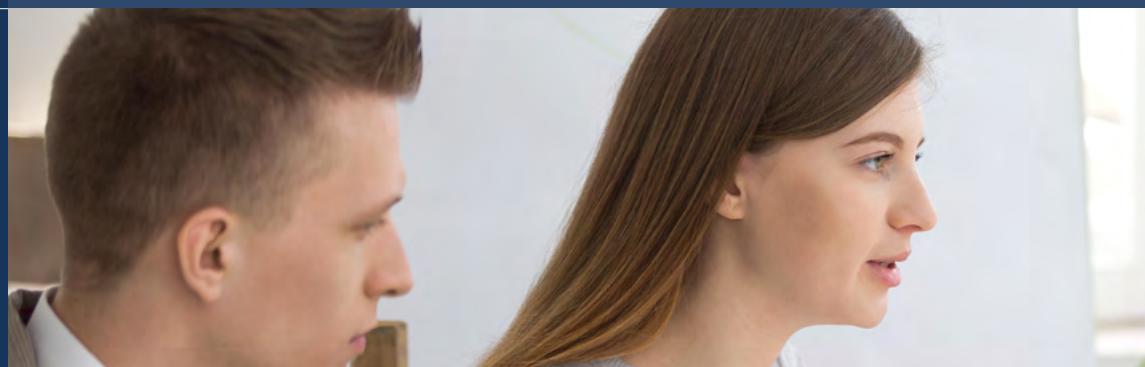
Conceber e implementar um planeamento estratégico que satisfaça os objetivos da empresa e os atuais critérios de sustentabilidade

**04**

Conduzir análises estratégicas internas e externas

**05**

Desenvolver estratégias para a prevenção e controlo dos riscos



06

Desenvolver as competências de gestão necessárias para gerir todos os departamentos da empresa



07

Análise de dados estratégicos da empresa

08

Aplicar uma estratégia internacional que melhore os benefícios da empresa

09

Conceber uma estratégia de compras e aprovisionamento para melhorar a rentabilidade da empresa

10

Aplicar técnicas de coaching e inteligência emocional para dirigir e promover a produtividade dos trabalhadores

06

# Estrutura e conteúdo

O MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) foi estruturado de acordo com a metodologia pedagógica da TECH, o *Relearning*, o que permite uma total flexibilidade em termos de carga pedagógica. São conseguidas poupanças consideráveis no número de horas de estudo investidas, uma vez que os conceitos mais importantes de estratégia e gestão são adquiridos de uma forma natural, com uma reiteração destes conceitos ao longo de todo o programa.



“

*Colocamos todos os nossos recursos  
à sua disposição para que possa desenvolver  
as competências necessárias para alcançar  
um futuro profissional de sucesso”*

## Plano de estudos

O MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) da TECH Global University é um programa intenso que o preparará para enfrentar desafios e decisões empresariais a nível estratégico e de gestão geral. O seu principal objetivo

é apoiar o seu crescimento pessoal e profissional, ajudando-o a alcançar o sucesso. O conteúdo deste programa destina-se a incentivar o desenvolvimento de competências de gestão que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Ao longo de 1.500 horas de estudo, irá analisar uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual, conseguindo um processo de aprendizagem profunda que lhe permitirá aplicar os conhecimentos que aprendeu na sua prática diária. É, portanto, uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa lida em profundidade com diferentes áreas da empresa e foi concebido para os gestores compreenderem a gestão Estratégicos de uma perspetiva estratégica, internacional e inovadora.

Este Executive Master tem lugar ao longo de 12 meses e está dividido em 15 grandes blocos:

<b>Módulo 1</b>	Management and strategy
<b>Módulo 2</b>	Modalidades de desenvolvimento estratégico
<b>Módulo 3</b>	Planeamento estratégico e controlo de gestão financeiro
<b>Módulo 4</b>	Comportamento organizacional
<b>Módulo 5</b>	Gestão estratégica de pessoas
<b>Módulo 6</b>	Competências de gestão
<b>Módulo 7</b>	Strategy in Marketing Management
<b>Módulo 8</b>	Estratégia empresarial e estratégia de operações
<b>Módulo 9</b>	Business & international strategy
<b>Módulo 10</b>	Business Analytics and Big Data
<b>Módulo 11</b>	Liderança, Ética e Responsabilidade Social das Empresas
<b>Módulo 12</b>	Direção de Pessoas e Gestão do Talento
<b>Módulo 13</b>	Direção Económico-Financeira
<b>Módulo 14</b>	Direção Comercial e Marketing Estratégico
<b>Módulo 15</b>	Management Executivo



### Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive Master em MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) completamente online. Durante os 12 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

*Uma experiência educativa única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira.*

**Módulo 1. Management and strategy**

<b>1.1. Pensamento estratégico</b>	<b>1.2. Decisões e decisões estratégicos</b>	<b>1.3. Estratégia competitiva</b>	<b>1.4. Estratégia empresarial</b>
1.1.1. A estratégia e o seu objetivo 1.1.2. <i>Strategic Thinking and Strategist Skills</i> 1.1.3. Pensamento lateral e estratégia dos oceanos azuis 1.1.4. Neurociência aplicada à estratégia	1.2.1. Governação empresarial 1.2.2. Equipas de gestão 1.2.3. Criação de valor	1.3.1. Análise de mercado 1.3.2. Vantagem competitiva sustentável 1.3.3. Retorno do investimento	1.4.1. Driving Corporate Strategy 1.4.2. Pacing Corporate Strategy 1.4.3. Framing Corporate Strategy
<b>1.5. Planeamento e estratégia</b>	<b>1.6. Implementação da estratégia</b>	<b>1.7. Modelos de análise estratégica</b>	<b>1.8. Gestão de qualidade total e gestão avançada de projetos</b>
1.5.1. Relevância da direção estratégica no processo de controlo de gestão 1.5.2. Análise do ambiente e da organização	1.6.1. Sistemas indicadores e abordagem do processo 1.6.2. Mapa estratégico 1.6.3. Diferenciação e alinhamento	1.7.1. Análise interna 1.7.2. Análise externa 1.7.3. Fontes de vantagem competitiva no setor 1.7.4. Vantagens, desvantagens e eficácia da análise estratégica	1.8.1. TQM ( <i>Total Quality Management</i> ) 1.8.2. Seis Sigma e Six Sigma como sistema de gestão empresarial 1.8.3. Modelo EFQM
<b>1.9. Lean Management</b>	<b>1.10. Ética e gestão estratégica</b>		
1.9.1. Princípios básicos de <i>Lean Management</i> 1.9.2. Grupos de melhoria e de resolução de problemas 1.9.3. Novas formas de gestão de manutenção e da qualidade	1.10.1. Integrar a ética e a estratégia 1.10.2. Motivação humana e ética 1.10.3. Qualidade ética das organizações		

**Módulo 2. Modalidades de desenvolvimento estratégico**

<b>2.1. Alianças estratégicas</b>	<b>2.2. Empreendedorismo empresarial</b>	<b>2.3. Inovação estratégica</b>	<b>2.4. Políticas de investimento</b>
2.1.1. <i>Joint Ventures</i> 2.1.2. Consórcios de exportação 2.1.3. Centros de compras 2.1.4. Outros tipos de cooperação	2.2.1. Exploração de novas oportunidades de negócio 2.2.2. Prototipagem e desenvolvimento interno 2.2.3. Agentes de mudança internos 2.2.4. Projetos emergentes e perturbações	2.3.1. Inovação aberta e tripla hélice 2.3.2. Fatores de sucesso e fracasso da inovação 2.3.3. Impacto da gestão da inovação no desempenho das empresas 2.3.4. Pensamento criativo e <i>Design Thinking</i>	2.4.1. Métodos de avaliação de empresas 2.4.2. Estratégia e controlo de risco 2.4.3. Fontes de financiamento
<b>2.5. Desenvolvimento interno</b>	<b>2.6. Fusões e aquisições</b>	<b>2.7. Estratégias de diversificação</b>	<b>2.8. Orientações para o desenvolvimento da estratégia</b>
	2.6.1. Implicações Financeiras e organizacionais das Fusões e Aquisições 2.6.2. Análise e avaliação de sinergias. 2.6.3. Técnicas e abordagens de negociação.	2.7.1. Especialização vs. Diversificação 2.7.2. Escolha do modo de entrada de diversificação 2.7.3. Diversificação e desempenho dos negócios 2.7.4. Estratégias de reestruturação da carteira de negócios	
<b>2.9. Critérios de sucesso</b>	<b>2.10. Desafios e implicações para desenvolvimento de estratégias</b>		

### Módulo 3. Planeamento estratégico e controlo de gestão financeiro

<b>3.1. Controlo de gestão</b>	<b>3.2. Informação financeira e decisões de gestão</b>	<b>3.3. Gestão de tesouraria</b>	<b>3.4. Cash Management</b>
3.1.1. Política financeira e crescimento	3.2.1. Contabilidade financeira ou jurídica	3.3.1. Fundo de manobra contável e fundo de manejo necessário	3.4.1. Financiamento bancário do capital circulante
3.1.2. Informação como instrumento de controlo de gestão	3.2.2. Contabilidade analítica ou de custos	3.3.2. Cálculo das necessidades operacionais de tesouraria	3.4.2. Organização do departamento de tesouraria
3.1.3. Controlo de gestão como um sistema de planeamento e gestão	3.2.3. Contabilidade de controlo	3.3.3. <i>Credit Management</i>	3.4.3. Gestão centralizada da tesouraria
3.1.4. Funções de <i>Controller</i>			
3.1.5. Âmbito de aplicação do controlo de gestão			
<b>3.5. Planeamento e controlo dos centros de responsabilidade</b>	<b>3.6. A formulação estratégica e o planeamento estratégico</b>	<b>3.7. Planeamento organizacional</b>	<b>3.8. Indicadores como ferramenta de controlo</b>
3.5.1. Conceção de um sistema de controlo de gestão	3.6.1. Formulação e conteúdo do plano estratégico	3.7.1. Unidades de negócio e preços de transferência	3.8.1. Painel de instrumentos
3.5.2. Desvios no controlo de gestão	3.6.2. <i>Balanced Scorecard</i>	3.7.2. Locais de fabrico, produção, apoio e vendas	3.8.2. Número e formato dos indicadores
	3.6.3. Terminologia e conceitos básicos	3.7.3. Funções e responsabilidades da direção financeira	3.8.3. Planeamento estratégico
<b>3.9. Gestão para criar valor</b>	<b>3.10. Financiamento do desenvolvimento da estratégia</b>		

### Módulo 4. Comportamento organizacional

<b>4.1. Comportamento organizacional</b>	<b>4.2. Cultura organizativa</b>	<b>4.3. Gestão da organização</b>	<b>4.4. Gestão do conhecimento</b>
4.1.1. As organizações	4.2.1. Valores e cultura organizacional	4.3.1. Níveis e qualidades de direção	4.4.1. Inteligência coletiva vs. Gestão do conhecimento
4.1.2. Teoria das organizações	4.2.2. Elementos-chave para a mudança nas organizações	4.3.2. Planeamento e função organizacional	4.4.2. Perspetivas e ferramentas para a gestão do conhecimento
4.1.3. Organizações, pessoas e sociedade	4.2.3. Evolução do pensamento científico e a organização como um sistema	4.3.3. Função de gestão e controlo	4.4.3. Ambientes colaborativos e comunidades de aprendizagem
4.1.4. Evolução histórica do comportamento organizacional	4.2.4. Cultura e Transformação	4.3.4. O novo papel do gestor de RH	
<b>4.5. As pessoas nas organizações</b>	<b>4.6. Estrutura das organizações</b>	<b>4.7. Tipos de estruturas</b>	<b>4.8. Processos</b>
4.5.1. Qualidade de vida profissional e bem-estar psicológico	4.6.1. Principais mecanismos de coordenação		
4.5.2. Equipas de trabalho e direção de reuniões	4.6.2. Departamentos e organigramas		
4.5.3. <i>Coaching</i> e gestão de equipas	4.6.3. Autoridade e responsabilidade		
	4.6.4. <i>O empowerment</i>		
<b>4.9. Relações</b>	<b>4.10. Configurações</b>		

**Módulo 5.** Gestão estratégica de pessoas

5.1. Liderança estratégica para a economia dos intangíveis 5.1.1. Estratégias de alinhamento cultural 5.1.2. Liderança empresarial e diferenciação 5.1.3. Agente de mudança e transformação	5.2. Pensamento estratégico e sistema 5.2.1. A empresa como um sistema 5.2.2. Pensamento estratégico derivado da cultura empresarial 5.2.3. A abordagem estratégica da gestão de pessoas 5.2.4. Conceção e implementação de políticas e práticas de pessoal	5.3. Conceção organizacional estratégica 5.3.1. <i>Modelo de business partners</i> 5.3.2. <i>Share Services</i> 5.3.3. <i>Outsourcing</i>	5.4. <i>HR analytics</i> 5.4.1. <i>Big Data e Business Intelligence (BI)</i> 5.4.2. Análise e modelação de dados de RH 5.4.3. Conceção e desenvolvimento de métricas de RH
5.5. Liderança estratégica 5.5.1. Modelos de liderança 5.5.2. <i>Coaching</i> 5.5.3. <i>Mentoring</i> 5.5.4. Liderança transformacional	5.6. Auditoria e controlo estratégico na gestão de pessoas 5.6.1. Razões para a auditoria 5.6.2. Ferramentas de recolha e análise de dados 5.6.3. O relatório de auditoria	5.7. Gestão de Recursos Humanos	5.8. Organização pessoal
5.9. Personalidade e comportamento	5.10. Vantagem competitiva baseada sobre as pessoas		

**Módulo 6.** Competências de gestão

6.1. Falar em público e formação de porta-vozes 6.1.1. Comunicação interpessoal 6.1.2. Capacidade de comunicação e influência 6.1.3. Barreiras à comunicação	6.2. Comunicação e liderança 6.2.1. Liderança e estilos de liderança 6.2.2. Motivação 6.2.3. Capacidades e competências do líder 2.0	6.3. <i>Branding Pessoal</i> 6.3.1. Estratégias para desenvolver o branding pessoal 6.3.2. Leis de <i>Branding Pessoal</i> 6.3.3. Ferramentas da construção de marca pessoal	6.4. Gestão de equipas 6.4.1. Equipas de trabalho e direção de reuniões 6.4.2. Gestão de processos de mudança 6.4.3. Gestão de equipas multiculturais 6.4.4. <i>Coaching</i>
6.5. Negociação e resolução de conflitos 6.5.1. Técnicas de negociação efetivas 6.5.2. Conflitos interpessoais 6.5.3. Negociação intercultural	6.6. Inteligência emocional 6.6.1. Inteligência emocional e comunicação 6.6.2. Assertividade, empatia e escuta ativa 6.6.3. Auto-estima e linguagem emocional	6.7. Capital relacional: <i>coworking</i> 6.7.1. Gestão de Capital Humano 6.7.2. Análise de desempenho 6.7.3. Gestão da igualdade e da diversidade 6.7.4. Inovação na gestão de pessoas	6.8. Gestão do tempo 6.8.1. Planeamento, organização e controlo 6.8.2. Metodologia de gestão de tempo 6.8.3. Planos de ação 6.8.4. Ferramentas para a gestão eficaz do tempo
6.9. Teoria dos jogos	6.10. Gestão da mudança estratégica		

**Módulo 7. Strategy in Marketing Management**

<b>7.1. Marketing management</b>	<b>7.2. Papel do marketing estratégico</b>	<b>7.3. Dimensões da estratégia de Marketing</b>	<b>7.4. Estratégias de desenvolvimento de novos produtos</b>
7.1.1. Positioning and Value Creation 7.1.2. Orientação de marketing e posicionamento da empresa 7.1.3. Marketing estratégico vs. Marketing operacional 7.1.4. Objetivos em gestão de marketing 7.1.5. Comunicações integradas de marketing	7.2.1. Principais estratégias de marketing 7.2.2. Segmentação, targeting e posicionamento 7.2.3. Gestão do marketing estratégico	7.3.1. Recursos e investimentos necessários 7.3.2. Fundamentos da vantagem competitiva 7.3.3. Comportamento competitivo da empresa 7.3.4. Focus Marketing	7.4.1. Criatividade e inovação no marketing 7.4.2. Geração e filtragem de ideias 7.4.3. Análise de viabilidade comercial 7.4.4. Desenvolvimento, testes de mercado e comercialização
<b>7.5. Políticas de fixação de preços</b>	<b>7.6. Estratégias de promoção e Merchandising</b>	<b>7.7. Estratégias de distribuição, expansão e intermediação</b>	<b>7.8. Desenvolvimento do Plano de Marketing</b>
7.5.1. Objetivos a curto e longo prazo 7.5.2. Tipos de fixação de preços 7.5.3. Fatores que influenciam a determinação dos preços	7.6.1. Gestão da Publicidade 7.6.2. Plano de comunicação e meios 7.6.3. O Merchandising como técnica de marketing 7.6.4. Visual merchandising	7.7.1. Externalização da força de vendas e do serviço ao cliente 7.7.2. Logística comercial na gestão das vendas de produtos e serviços 7.7.3. Gestão do ciclo de vendas	7.8.1. Análise e diagnóstico 7.8.2. Decisões estratégicas 7.8.3. Decisões operacionais
<b>7.9. Novos Meios de Marketing</b>	<b>7.10. Marketing internacional</b>		

**Módulo 8. Estratégia empresarial e estratégia de operações**

<b>8.1. Novos cenários em supply chain management</b>	<b>8.2. Visão global de supply chain management</b>	<b>8.3. A estratégia de operações</b>	<b>8.4. Tomada de decisões em logística</b>
8.1.1. Gestão em ambientes multiculturais 8.1.2. Inovação em SCML 8.1.3. Orientação da procura através de operações flexíveis 8.1.4. Filosofias e técnicas utilizadas no Japão	8.2.1. Oportunidades e ameaças do SCM 8.2.2. Desenho estratégico da Supply Chain 8.2.3. Tendências	8.3.1. Introdução à estratégia e níveis estratégicos 8.3.2. Gestão por processos 8.3.3. Gestão de stocks	8.4.1. Análise das decisões 8.4.2. Gestão e planeamento global de operações 8.4.3. Gestão do risco na SC 8.4.4. Tomada de decisões Hard e Soft
<b>8.5. Lean operations strategy</b>	<b>8.6. Gestão estratégica de compras</b>	<b>8.7. Aprovisionamento estratégico</b>	<b>8.8. Concepção da estratégia de aquisição</b>
8.5.1. Sinergias estratégicas com áreas funcionais 8.5.2. Operadores logísticos 8.5.3. Matriz de processo-produto	8.6.1. Novos desafios na gestão de compras, sourcing e aprovisionamento 8.6.2. O Papel das Compras na empresa e na cadeia de abastecimento 8.6.3. Função de Compras como fornecedor de recursos 8.6.4. Aspetos legais da função de compras	8.7.1. Seleção e desenvolvimento de fornecedores 8.7.2. Geração de valor a partir de aprovisionamento estratégico 8.7.3. Operadores logísticos no aprovisionamento	8.8.1. Outsourcing 8.8.2. Subcontratação de processos 8.8.3. Globalização 8.8.4. Deslocalização
<b>8.9. Estratégia de operações no fabrico</b>	<b>8.10. Estratégia de operações nos serviços</b>		

**Módulo 9.** Business & international strategy

9.1. <i>Business &amp; international strategy</i>	9.2. <b>Gestão estratégica de negócios internacionais</b>	9.3. <b>Estratégias de internacionalização</b>	9.4. <b>Decisões de internacionalização</b>
9.1.1. Internacionalização 9.1.2. <i>Growth &amp; development in emerging markets</i> 9.1.3. Sistema monetário internacional	9.2.1. A internacionalização na nova ordem mundial 9.2.2. A influência da cultura nos negócios internacionais 9.2.3. A seleção dos mercados e países 9.2.4. Deslocalização e <i>Offshoring</i>	9.3.1. Razões e requisitos para entrar em mercados estrangeiros 9.3.2. Alianças estratégicas no processo de expansão internacional 9.3.3. Formas de entrar em novos mercados internacionais	9.4.1. Estudo de mercado e tomada de decisões 9.4.2. Escolha da localização e modo de operação 9.4.3. Escolher a forma jurídica certa
9.5. <b>Etapas do processo de internacionalização</b>	9.6. <b>Internacionalização de acordo com o tipo de empresa</b>	9.7. <b>Obstáculos à internacionalização</b>	9.8. <b>Cross-cultural management</b>
9.5.1. Análise de procura internacional 9.5.2. Diagnóstico do potencial de exportação 9.5.3. Planeamento da Internacionalização 9.5.4. Etapas da exportação	9.6.1. Empresas de produtos e empresas de serviços 9.6.2. Empresas internacionalizadas e multinacionais 9.6.3. As PME e o seu modelo de internacionalização	9.7.1. Restrições legais 9.7.2. Obstáculos logísticos, financeiros e comerciais 9.7.3. Obstáculos ao investimento direto	9.8.1. Dimensão cultural da gestão internacional 9.8.2. A globalização na gestão empresarial 9.8.3. Liderança intercultural
9.9. Diversidade internacional e desempenho	9.10. Variedade de produtos e mercados		

**Módulo 10.** Business Analytics and Big Data

10.1. Gestão estratégica baseada em dados	10.2. Inteligência do cliente (CRM)	10.3. Fontes de dados e recolha de informação	10.4. Armazenamento e processamento
10.5. Análise de grandes dados para estratégia	10.6. Programação científica e Python	10.7. Análise estatística com R	10.8. <i>Machine Learning</i> para Business Analytics
10.9. Mineração de texto e linguagem natural	10.10. Integração de ferramentas para a estratégia		

**Módulo 11.** Liderança, Ética e Responsabilidade Social das Empresas**11.1. Globalização e governação**

- 11.1.1. Governação e governação empresarial
- 11.1.2. Fundamentos da governação empresarial nas empresas
- 11.1.3. O papel do Conselho de Administração no quadro do governo das sociedades

**11.2. Gestão Intercultural**

- 11.2.1. Conceito de Cross Cultural Management
- 11.2.2. Contributos para o conhecimento das culturas nacionais
- 11.2.3. Gestão da Diversidade

**11.3. Ética empresarial**

- 11.3.1. Ética e moral
- 11.3.2. Ética empresarial
- 11.3.3. Liderança e ética nos negócios

**11.4. Sustentabilidade**

- 11.4.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 11.4.2. Agenda 2030
- 11.4.3. Empresas sustentáveis

**11.5. Responsabilidade social das empresas**

- 11.5.1. Dimensão internacional da responsabilidade social das empresas
- 11.5.2. Implementação da responsabilidade social das empresas
- 11.5.3. Impacto e medição da responsabilidade social das empresas

**11.6. Sistemas e ferramentas de gestão responsáveis**

- 11.6.1. RSE: Responsabilidade Social das Empresa
- 11.6.2. Aspectos essenciais para a aplicação de uma estratégia de gestão responsável
- 11.6.3. Etapas para a implementação de um sistema de gestão da responsabilidade social das empresas
- 11.6.4. Instrumentos e normas de RSC

**11.7. As multinacionais e os direitos humanos**

- 11.7.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 11.7.2. As empresas multinacionais e o direito internacional
- 11.7.3. Instrumentos jurídicos para as multinacionais no domínio dos direitos humanos

**11.8. Ambiente jurídico e governação empresarial**

- 11.8.1. Regulamentação internacional em matéria de importação e exportação
- 11.8.2. Propriedade intelectual e propriedade industrial
- 11.8.3. Direito internacional do trabalho
- 11.8.3. Planeamento estratégico

**Módulo 12.** Direção de Pessoas e Gestão do Talento**12.1. Gestão de recursos humanos por competências**

- 12.1.1. Análise do potencial
- 12.1.2. Política de retribuição
- 12.1.3. Planos de carreira/sucessão

**12.2. Avaliação do desempenho e gestão do desempenho**

- 12.2.1. A gestão do desempenho
- 12.2.2. Gestão do desempenho: objetivos e processo

**12.3. Inovação na gestão do talento e das pessoas**

- 12.3.1. Modelos de gestão do talento estratégico
- 12.3.2. Identificação, formação e desenvolvimento do talento
- 12.3.3. Fidelização e retenção
- 12.3.4. Proatividade e inovação

**12.4. Motivação**

- 12.4.1. A natureza da motivação
- 12.4.2. A teoria das expectativas
- 12.4.3. Teorias das necessidades
- 12.4.4. Motivação e compensação económica

**12.5. Desenvolvimento de equipas de alto desempenho**

- 12.5.1. As equipas de alto desempenho: as equipas autogeridas
- 12.5.2. Metodologias de gestão de equipas autogeridas de alto desempenho

**12.6. Gestão da mudança**

- 12.6.1. Gestão da mudança
- 12.6.2. Tipos de processos de gestão da mudança
- 12.6.3. Etapas ou fases na gestão da mudança

**12.7. Comunicação diretiva**

- 12.7.1. Comunicação interna e externa no âmbito empresarial
- 12.7.2. Departamentos de Comunicação
- 12.7.3. O responsável de comunicação da empresa. O perfil do Dircom

**12.8. Produtividade, atração, retenção e ativação do talento**

- 12.8.1. A produtividade
- 12.8.2. Alavancas de atração e retenção de talento

## Módulo 13. Direção Económico-Financeira

### 13.1. Ambiente Económico

- 13.1.1. Ambiente macroeconómico e o sistema financeiro nacional
- 13.1.2. Instituições financeiras
- 13.1.3. Mercados financeiros
- 13.1.4. Ativos financeiros
- 13.1.5. Outros entes do setor financeiro

### 13.2. Contabilidade Direta

- 13.2.1. Conceitos básicos
- 13.2.2. O Ativo da empresa
- 13.2.3. O Passivo da empresa
- 13.2.4. O Património Líquido da empresa
- 13.2.5. A Conta de Resultados

### 13.3. Sistemas de informação e Business Intelligence

- 13.3.1. Fundamentos e classificação
- 13.3.2. Fases e métodos de repartição de custos
- 13.3.3. Escolha de centro de custos e efeito

### 13.4. Orçamento e Controlo de Gestão

- 13.4.1. O modelo orçamental
- 13.4.2. O Orçamento de Capital
- 13.4.3. O Orçamento de Exploração
- 13.4.5. O Orçamento de Tesouraria
- 13.4.6. Acompanhamento do Orçamento

### 13.5. Planeamento Financeiro

- 13.5.1. Definição do planeamento financeiro
- 13.5.2. Ações a efetuar no planeamento financeiro
- 13.5.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
- 13.5.4. O quadro Cash Flow
- 13.5.5. O quadro de circulante

### 13.6. Estratégia Financeira Corporativa

- 13.6.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
- 13.6.2. Produtos financeiros de financiamento empresarial

### 13.7. Financiamento Estratégico

- 13.7.1. A autofinanciamento
- 13.7.2. Ampliação de fundos próprios
- 13.7.3. Recursos Híbridos
- 13.7.4. Financiamento através de intermediários

### 13.8. Análise e planeamento financeiro

- 13.8.1. Análise do Balanço de Situação
- 13.8.2. Análise da Conta de Resultados
- 13.8.3. Análise da Rentabilidade

### 13.9. Análise e resolução de casos /problemas

- 13.9.1. Informação financeira de Indústria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

## Módulo 14. Direção Comercial e Marketing Estratégico

### 14.1. Direção comercial

- 14.1.1. Estrutura conceptual da direção comercial
- 14.1.2. Estratégia e planeamento comercial
- 14.1.3. O papel dos diretores comerciais

### 14.2. Marketing

- 14.2.1. Conceito de Marketing
- 14.2.2. Elementos básicos do marketing
- 14.2.3. Atividades de marketing da empresa

### 14.3. Gestão Estratégica do Marketing

- 14.3.1. Conceito de Marketing estratégico
- 14.3.2. Conceito de planeamento estratégico de marketing
- 14.3.3. Etapas do processo de planeamento estratégico de marketing

### 14.4. Marketing digital e comércio eletrónico

- 14.4.1. Objetivos do Marketing digital e comércio eletrónico
- 14.4.2. Marketing Digital e meios que emprega
- 14.4.3. Comércio eletrónico. Contexto geral
- 14.4.4. Categorias do comércio eletrónico
- 14.4.5. Vantagens e desvantagens do e-commerce em relação ao comércio tradicional

### 14.5. Marketing digital para reforçar a marca

- 14.5.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
- 14.5.2. Branded Content & Storytelling
- 14.5.4. O quadro Cash Flow
- 14.5.5. O quadro de circulante

### 14.6. Marketing digital para captar e fidelizar clientes

- 14.6.1. Estratégias de fidelização e vinculação através da Internet
- 14.6.2. Visitor Relationship Management
- 14.6.3. Hipersegmentação

### 14.7. Gestão de campanhas digitais

- 14.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
- 14.7.2. Etapas para lançar uma campanha de marketing online
- 14.7.3. Erros nas campanhas de publicidade digital

### 14.8. Estratégia de vendas

- 14.8.1. Estratégia de vendas
- 14.8.2. Métodos de vendas

### 14.9. Comunicação Corporativa

- 14.9.1. Conceito
- 14.9.2. Importância da comunicação na organização
- 14.9.3. Tipos de comunicação na organização

### 14.9.4. Funções da comunicação na organização

- 14.9.5. Elementos da comunicação
- 14.9.6. Problemas de comunicação
- 14.9.7. Cenários de comunicação

### 14.10. Comunicação e reputação digital

- 14.10.1. Reputação online
- 14.10.2. Como medir a reputação digital?
- 14.10.3. Ferramentas de reputação online

- 14.10.4. Relatório de reputação online
- 14.10.5. Branding online

## Módulo 15. Management Executivo

<b>15.1. General Management</b> 15.1.1. Conceito de General Management 15.1.2. A ação do Manager General 15.1.3. O Diretor Geral e suas funções 15.1.4. Transformação do trabalho da Direção	<b>15.2. O gestor e suas funções. A cultura organizacional e seus enfoques</b> 15.2.1. O gestor e suas funções. A cultura organizacional e seus enfoques	<b>15.3. Direção de operações</b> 15.3.1. Importância da direção 15.3.2. A cadeia de valor 15.3.3. Gestão da qualidade	<b>15.4. Oratória e formação de porta-vozes</b> 15.4.1. Comunicação interpessoal 15.4.2. Habilidades comunicativas e influência 15.4.3. Barreiras na comunicação
<b>15.5. Ferramentas de comunicação pessoal e organizacional</b> 15.5.1. Comunicação interpessoal 15.5.2. Ferramentas de comunicação interpessoal 15.5.3. Comunicação na organização 15.5.4. Ferramentas na organização	<b>15.6. Comunicação em situações de crise</b> 15.6.1. Crise 15.6.2. Fases da crise 15.6.3. Mensagens: conteúdos e momentos	<b>15.7. Preparação de um plano de crise</b> 15.7.1. Análise de possíveis problemas 15.7.2. Planeamento 15.7.3. Adequação do pessoal	<b>15.8. Inteligência emocional</b> 15.8.1. Inteligência emocional e comunicação 15.8.2. Assertividade, empatia e escuta ativa 15.8.3. Autoestima e comunicação emocional
<b>15.9. Branding Pessoal</b> 15.9.1. Estratégias para desenvolver a marca pessoal 15.9.2. Leis do branding pessoal 15.9.3. Ferramentas de construção de marcas pessoais 15.5.4. Ferramentas na organização	<b>15.10. Liderança e gestão de equipas</b> 15.10.1. Liderança e estilos de liderança 15.10.2. Capacidades e desafios do Líder 15.10.3. Gestão de Processos de Mudança 15.10.4. Gestão de Equipas Multiculturais		

07

# Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cílico: ***o Relearning***.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a ***New England Journal of Medicine***.



66

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

A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo.

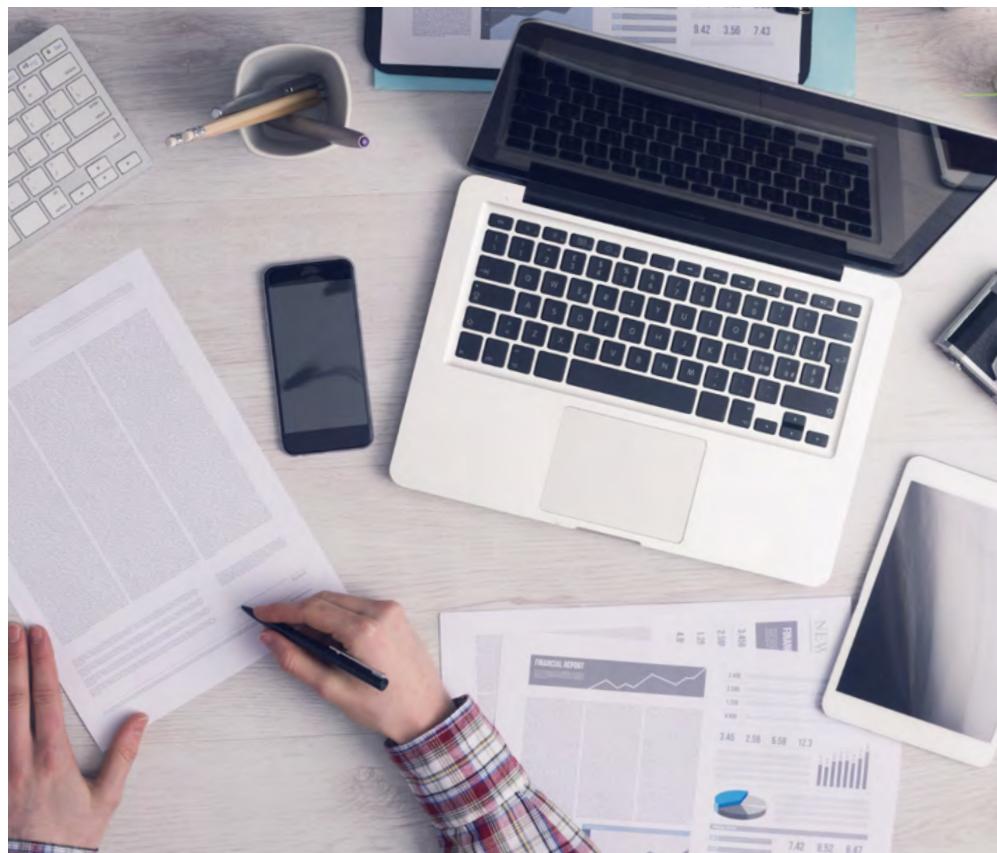
O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

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



*Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.*



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

## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

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

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

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

## Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição. Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

*O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.*

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

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





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

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

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

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

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



#### **Material de estudo**

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto. Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



#### **Masterclasses**

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada. O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



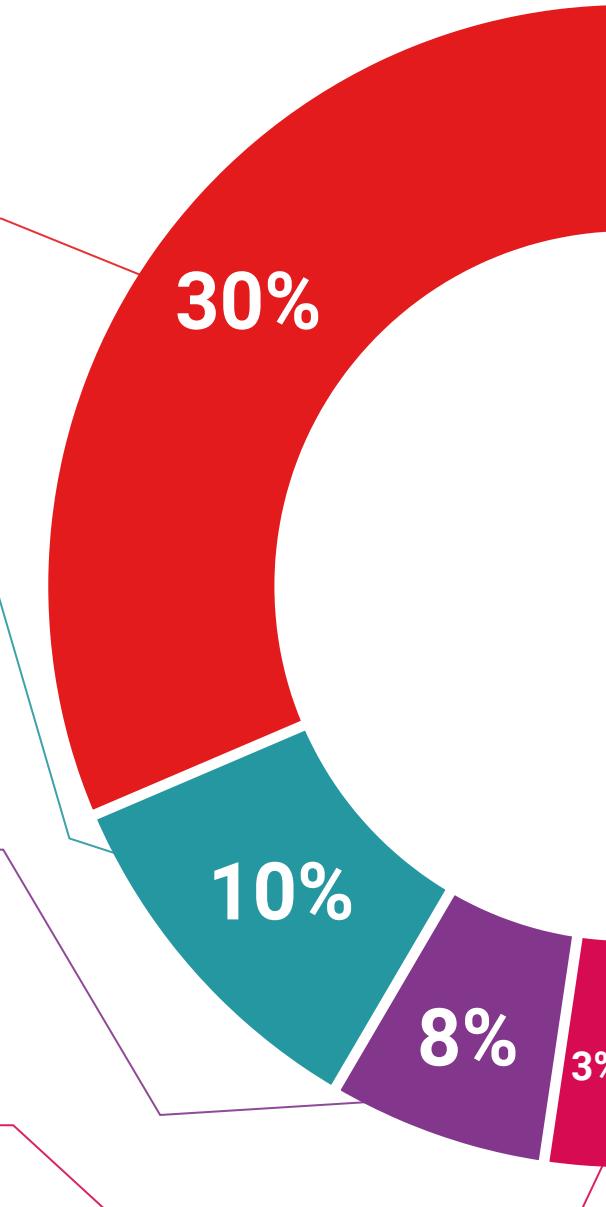
#### **Práticas de aptidões e competências**

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



#### **Leituras complementares**

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

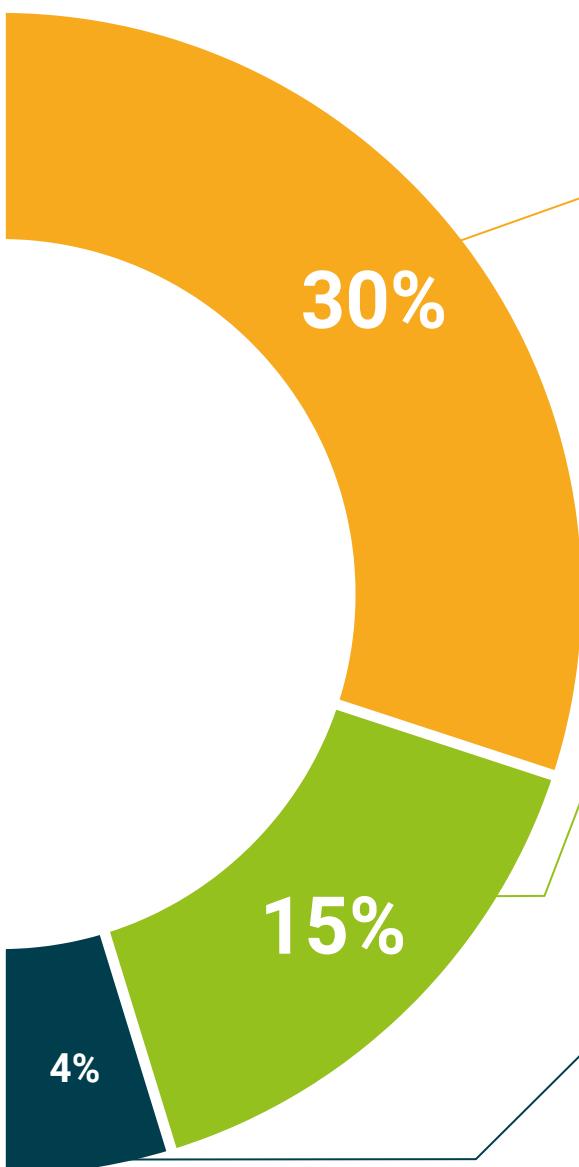


30%

10%

8%

3%

**Case studies**

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

**Resumos interativos**

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento. Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu"

**Testing & Retesting**

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



# O perfil dos nossos alunos

O MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) um programa destinado a profissionais de setor que queiram atualizar os seus conhecimentos, descobrir novas formas de realizar com sucesso o seu trabalho e avançar na sua carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.



“

*Se tem experiência em liderança e gestão,  
e procura uma melhoria interessante  
na sua carreira enquanto continua a  
trabalhar, este é o programa para si”*

# O perfil dos nossos alunos

O MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) um programa destinado a profissionais de setor que queiram atualizar os seus conhecimentos, descobrir novas formas de realizar com sucesso o seu trabalho e avançar na sua carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.



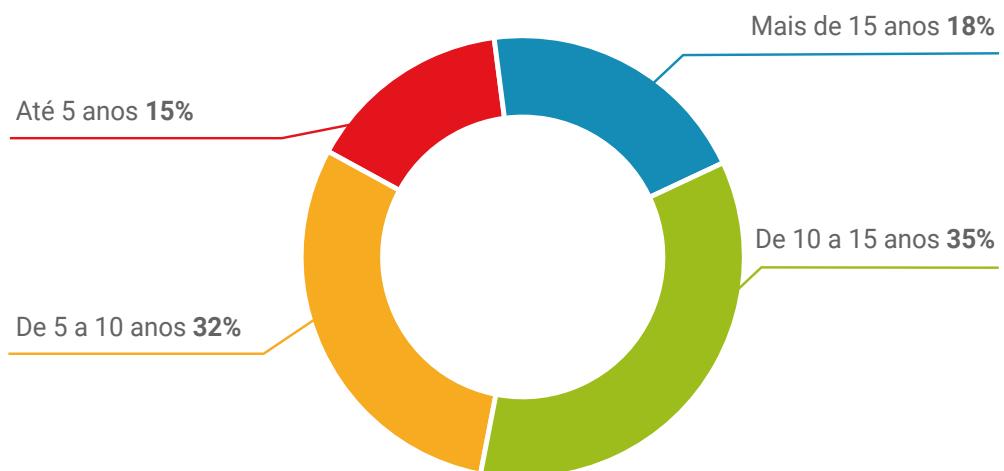
“

*Se tem experiência em liderança e gestão,  
e procura uma melhoria interessante  
na sua carreira enquanto continua a  
trabalhar, este é o programa para si”*

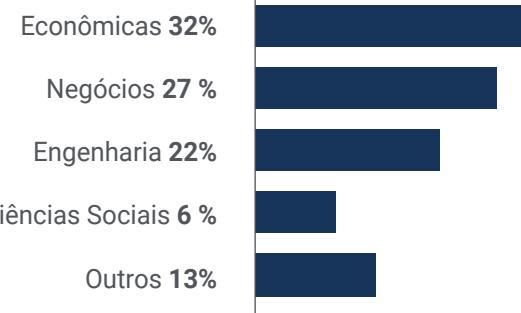
### Idade média

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

### Anos de experiência



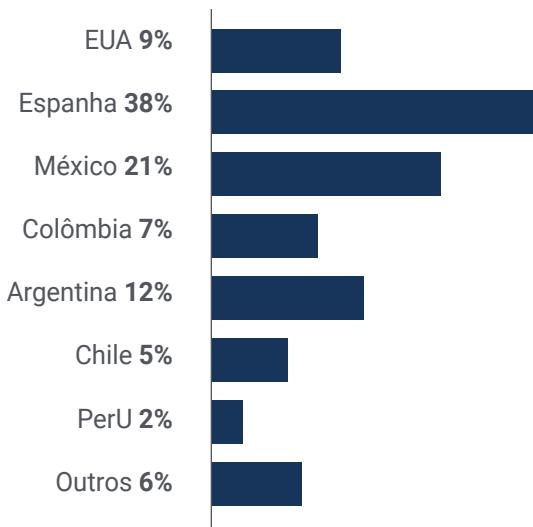
### Área de estudo



### Perfil académico



## Distribuição geográfica



## Nacho Ruiz

Chief Strategy Officer

*"Em minha profissão, é essencial continuar se capacitando constantemente, pois novas técnicas e ferramentas estão sempre surgindo e são indispensáveis para o desenvolvimento adequado da empresa. Portanto, eu estava procurando um programa que me permitisse atualizar meus conhecimentos. Felizmente, na TECH encontrei este MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer), uma capacitação essencial para evoluir profissional e pessoalmente"*

09

# Direção do curso

O corpo docente do programa inclui especialistas líderes em gestão estratégica de negócios, que trazem seus anos de experiência para o programa. Além disso, outros especialistas de reconhecido prestígio nas áreas relacionadas, participam de sua criação, completando o mestrado de forma interdisciplinar, tornando-o, portanto, uma experiência única e altamente enriquecedora para o aluno.



“

*Você será orientado durante todo o programa por uma equipe de professores altamente qualificados em gestão estratégica de negócios, com um acompanhamento totalmente personalizado”*

## Diretor Convidado Internacional

Ilias Jumadilov é um destacado profissional internacional com ampla experiência na Europa, Ásia e Américas. A sua carreira centra-se na Gestão, Estratégia e Desenvolvimento de Negócios, alcançando notáveis sucessos em várias regiões.

Foi Diretor de Estratégia Empresarial na Schneider Electric, onde liderou o processo e a plataforma de estratégia global. O seu foco inovador permitiu identificar mais de 100 bilhões de euros em novas oportunidades de crescimento e foi fundamental na construção de modelos de previsão e na entrega de conhecimentos estratégicos, fortalecendo a posição competitiva da empresa.

Além disso, ocupou o cargo de Diretor de Operações de Vendas Internacionais e Europa na mesma instituição, liderando a transformação comercial em diversos países e estabelecendo organizações de excelência em vendas que aumentaram significativamente a eficiência e a produtividade. Mais de 10 mil representantes de vendas em todo o mundo adotaram a sua capacidade de implementar processos-chave de vendas e o seu foco na segmentação do portfólio de clientes, consolidando a sua reputação como líder em vendas e transformação digital.

Para além da sua trajetória na Schneider Electric, Ilias Jumadilov aconselhou startups em tópicos-chave como Inteligência Artificial, metaverso e negócios internacionais, trazendo o seu profundo conhecimento em aplicações comerciais de IA e sua capacidade de orientar estratégias competitivas. A sua experiência em Blockchain levou-o a cofundar a Rede Blockchain da Ásia Central e a contribuir significativamente para a legislação da moeda digital no Quirguistão. Além disso, o seu trabalho para o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e outras organizações foi reconhecido pelo seu impacto e relevância na esfera tecnológica e económica.



## Sr. Jumadilov, Ilias

---

- Diretor de Estratégia Empresarial na Schneider Electric, Boston e Hong Kong
- Consultor de startups em Inteligência Artificial, metaversos e negócios internacionais
- Diretor de Operações de Vendas Internacionais e Europa na Schneider Electric, Barcelona e Almaty
- Gestor de produtos e marketing na Schneider Electric, Grenoble
- Cofundador da Associação da Rede Blockchain da Ásia Central
- Mestrado em Ciências Económicas pela Universidade de Grenoble Alpes, França
- Curso de Empreendedorismo Tecnológico pela Universidade de Stanford, EUA
- Licenciado em Economia e Gestão pela Universidade Nacional Estatal do Quirguistão

“

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

## Direção



### **Dr. Francisco Javier Hernández**

- Pesquisador do Observatório Centro Internacional em Inovação Contínua
- Professor de Filosofia e coordenador do Departamento de Ciências Sociais do Colégio San Gabriel
- Professor na Fundação HÔRREUM
- Doutor em Filosofia pela Universidade Complutense de Madrid
- Formado em Filosofia pela Universidade de Barcelona
- Certificado de Aptidão Pedagógica pela Universidade de Barcelona
- Pesquisador na UPV/EHU



10

# Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que tomar um programa com estas características é um grande investimento econômico, profissional e, é claro, pessoal. O objetivo final ao realizar este grande esforço é alcançar o crescimento profissional. Por este motivo, na TECH colocamos todos os nossos recursos à sua disposição para que você possa adquirir a capacitação que procura em um curto período de tempo e, desta forma, conseguir uma mudança profissional positiva que atenda às suas expectativas profissionais.



“

Estamos totalmente comprometidos em ajudá-lo a alcançar essa mudança profissional que você deseja”

# Benefícios para a sua empresa

O MBA Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer) contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da especialização de líderes de alto nível. Por isso, a participação neste programa académico melhorará não só a nível pessoal mas, sobretudo, a nível profissional, aumentando a sua aptidão e melhorando as suas capacidades de gestão. Mas, além disso, a adesão à comunidade educacional TECH é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



66

*Depois de estudar connosco, terá uma visão mais global da empresa que lhe permitirá marcar um antes e um depois no seu negócio"*

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

**01**

### **Crescimento do talento e do capital intelectual**

Trazer para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

**02**

### **Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga de talentos**

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o gestor e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa

**03**

### **Construção de agentes de mudança**

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

**04**

### **Maiores possibilidades de expansão internacional**

Este programa colocará a empresa em contactos com os principais mercados da economia mundial.



05

### Desenvolvimento de projetos próprios

Para poder trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos na área de I&D ou Desenvolvimento de Negócio da sua empresa.

06

### Aumento da competitividade

Este programa irá equipar os nossos estudantes com as competências necessárias para enfrentarem novos desafios e assim impulsionar a organização.

12

# Certificação

O MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer), garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Global University.



66

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

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)** 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.



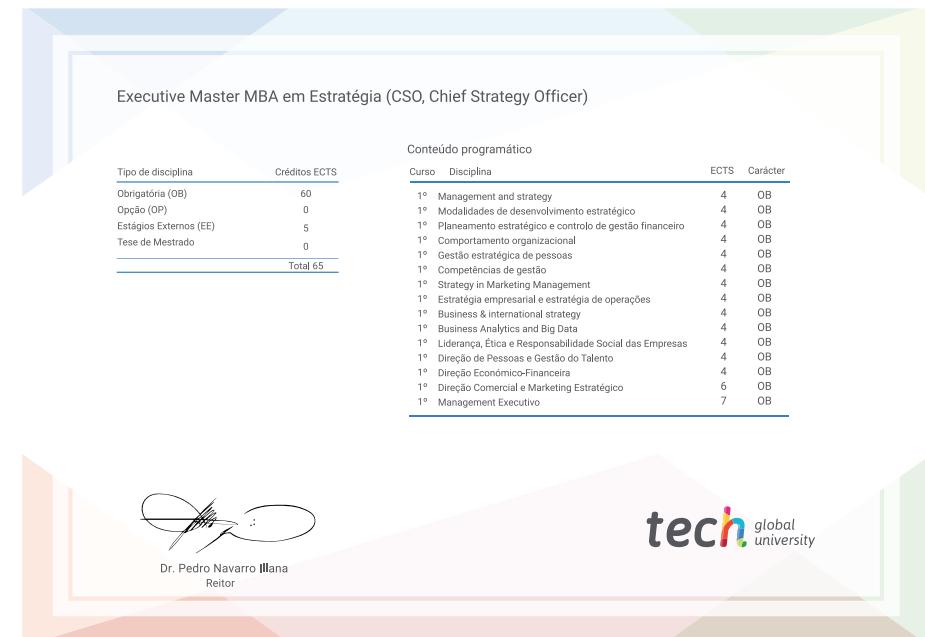
Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências na sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

**Título: Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)**

**Modalidade: online**

**Duração: 12 meses**

**Acreditação: 60 ECTS**





## Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)

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

# Executive Master

## MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)

