

Executive Master

MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)

M B A E C C S O



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

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » 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

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 Universidade Tecnológica



“

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 Universidade Tecnológica



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.



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.



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"

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.

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.

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.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

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.

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 Universidade Tecnológica.

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.



“

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

O 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

Analisar 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

09

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

07

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

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.



“

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

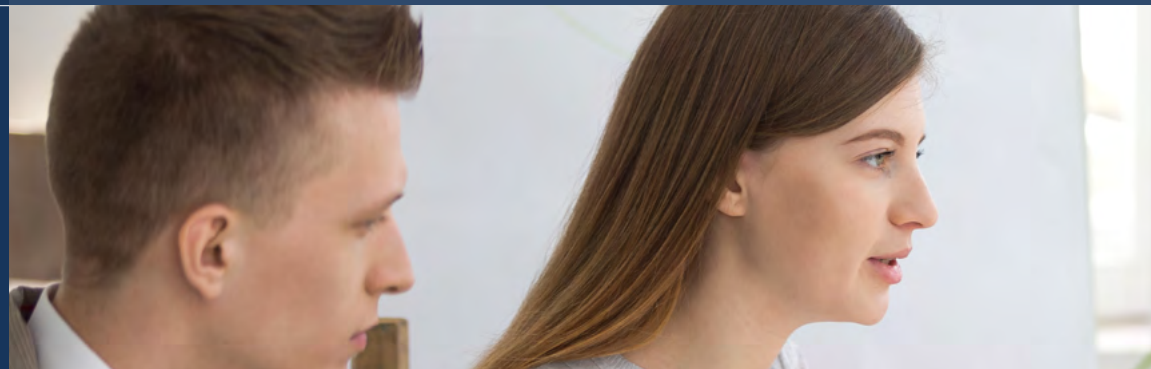
Conceber e implementar um planeamento estratégico que satisfaça os objetivos da empresa e os atuais critérios de sustentabilidade

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

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

07

Análise de dados estratégicos 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 Universidade Tecnológica 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:

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

1.1. Pensamento estratégico 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. Decisões e decisores estratégicos 1.2.1. Governação empresarial 1.2.2. Equipas de gestão 1.2.3. Criação de valor	1.3. Estratégia competitiva 1.3.1. Análise de mercado 1.3.2. Vantagem competitiva sustentável 1.3.3. Retorno do investimento	1.4. Estratégia empresarial 1.4.1. <i>Driving Corporate Strategy</i> 1.4.2. <i>Pacing Corporate Strategy</i> 1.4.3. <i>Framing Corporate Strategy</i>
1.5. Planeamento e estratégia 1.5.1. Relevância da direção estratégica no processo de controlo de gestão 1.5.2. Análise do ambiente e da organização	1.6. Implementação da estratégia 1.6.1. Sistemas indicadores e abordagem do processo 1.6.2. Mapa estratégico 1.6.3. Diferenciação e alinhamento	1.7. Modelos de análise estratégica 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. Gestão de qualidade total e gestão avançada de projetos 1.8.1. TQM (<i>Total Quality Management</i>) 1.8.2. Seis Sigma e <i>Six Sigma</i> como sistema de gestão empresarial 1.8.3. Modelo EFQM
1.9. Lean Management 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. Ética e gestão estratégica 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

2.1. Alianças estratégicas 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. Empreendedorismo empresarial 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. Inovação estratégica 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. Políticas de investimento 2.4.1. Métodos de avaliação de empresas 2.4.2. Estratégia e controlo de risco 2.4.3. Fontes de financiamento
2.5. Desenvolvimento interno	2.6. Fusões e aquisições 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. Estratégias de diversificação 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	2.8. Orientações para o desenvolvimento da estratégia
2.9. Critérios de sucesso	2.10. Desafios e implicações para desenvolvimento de estratégias		

Módulo 3. Planeamento estratégico e controlo de gestão financeiro

3.1. Controlo de gestão 3.1.1. Política financeira e crescimento 3.1.2. Informação como instrumento de controlo de gestão 3.1.3. Controlo de gestão como um sistema de planeamento e gestão 3.1.4. Funções de <i>Controller</i> 3.1.5. Âmbito de aplicação do controlo de gestão	3.2. Informação financeira e decisões de gestão 3.2.1. Contabilidade financeira ou jurídica 3.2.2. Contabilidade analítica ou de custos 3.2.3. Contabilidade de controlo	3.3. Gestão de tesouraria 3.3.1. Fundo de manobra contável e fundo de maneio necessário 3.3.2. Cálculo das necessidades operacionais de tesouraria 3.3.3. <i>Credit Management</i> 3.3.4. Gestão de fundos, património e <i>Family offices</i>	3.4. Cash Management 3.4.1. Financiamento bancário do capital circulante 3.4.2. Organização do departamento de tesouraria 3.4.3. Gestão centralizada da tesouraria
3.5. Planeamento e controlo dos centros de responsabilidade 3.5.1. Conceção de um sistema de controlo de gestão 3.5.2. Desvios no controlo de gestão	3.6. A formulação estratégica e o planeamento estratégico 3.6.1. Formulação e conteúdo do plano estratégico 3.6.2. <i>Balanced Scorecard</i> 3.6.3. Terminologia e conceitos básicos	3.7. Planeamento organizacional 3.7.1. Unidades de negócio e preços de transferência 3.7.2. Locais de fabrico, produção, apoio e vendas 3.7.3. Funções e responsabilidades da direcção financeira	3.8. Indicadores como ferramenta de controlo 3.8.1. Painel de instrumentos 3.8.2. Número e formato dos indicadores 3.8.3. Planeamento estratégico
3.9. Gestão para criar valor	3.10. Financiamento do desenvolvimento da estratégia		

Módulo 4. Comportamento organizacional

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

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. HR analytics 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. Branding Pessoal 6.3.1. Estratégias para desenvolver o branding pessoal 6.3.2. Leis de <i>Branding</i> Pessoal 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**7.1. Marketing management**

- 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. Papel do marketing estratégico

- 7.2.1. Principais estratégias de marketing
- 7.2.2. Segmentação, *targeting* e posicionamento
- 7.2.3. Gestão do marketing estratégico

7.3. Dimensões da estratégia de Marketing

- 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. Estratégias de desenvolvimento de novos produtos

- 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

7.5. Políticas de fixação de preços

- 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. Estratégias de promoção e Merchandising

- 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. Estratégias de distribuição, expansão e intermediação

- 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. Desenvolvimento do Plano de Marketing

- 7.8.1. Análise e diagnóstico
- 7.8.2. Decisões estratégicas
- 7.8.3. Decisões operacionais

7.9. Novos Meios de Marketing**7.10. Marketing internacional****Módulo 8. Estratégia empresarial e estratégia de operações****8.1. Novos cenários em *supply chain management***

- 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. Visão global de *supply chain management*

- 8.2.1. Oportunidades e ameaças do SCM
- 8.2.2. Desenho estratégico da *Supply Chain*
- 8.2.3. Tendências

8.3. A estratégia de operações

- 8.3.1. Introdução à estratégia e níveis estratégicos
- 8.3.2. Gestão por processos
- 8.3.3. Gestão de stocks

8.4. Tomada de decisões em logística

- 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*

8.5. *Lean operations strategy*

- 8.5.1. Sinergias estratégicas com áreas funcionais
- 8.5.2. Operadores logísticos
- 8.5.3. Matriz de processo-produto

8.6. Gestão estratégica de compras

- 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. Aprovisionamento estratégico

- 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. Conceção da estratégia de aquisição

- 8.8.1. Outsourcing
- 8.8.2. Subcontratação de processos
- 8.8.3. Globalização
- 8.8.4. Deslocalização

8.9. Estratégia de operações no fabrico**8.10. Estratégia de operações nos serviços**

Módulo 9. Business & international strategy

9.1. Business & international strategy

- 9.1.1. Internacionalização
- 9.1.2. *Growth & development in emerging markets*
- 9.1.3. Sistema monetário internacional

9.2. Gestão estratégica de negócios internacionais

- 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 *Offshoring*

9.3. Estratégias de internacionalização

- 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. Decisões de internacionalização

- 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. Etapas do processo de internacionalização

- 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. Internacionalização de acordo com o tipo de empresa

- 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. Obstáculos à internacionalização

- 9.7.1. Restrições legais
- 9.7.2. Obstáculos logísticos, financeiros e comerciais
- 9.7.3. Obstáculos ao investimento direto

9.8. Cross-cultural management

- 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. *Machine Learning* 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 Empresas
- 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/sucesso

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

15.1. General Management

- 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

15.2. O gestor e suas funções. A cultura organizacional e seus enfoques

- 15.2.1. O gestor e suas funções. A cultura organizacional e seus enfoques

15.3. Direção de operações

- 15.3.1. Importância da direção
- 15.3.2. A cadeia de valor
- 15.3.3. Gestão da qualidade

15.4. Oratória e formação de porta-vozes

- 15.4.1. Comunicação interpessoal
- 15.4.2. Habilidades comunicativas e influência
- 15.4.3. Barreiras na comunicação

15.5. Ferramentas de comunicação pessoal e organizacional

- 15.5.1. Comunicação interpessoal
- 15.5.2. Ferramentas de comunicação interpessoal
- 15.5.3. Comunicação na organização
- 15.5.4. Ferramentas na organização

15.6. Comunicação em situações de crise

- 15.6.1. Crise
- 15.6.2. Fases da crise
- 15.6.3. Mensagens: conteúdos e momentos

15.7. Preparação de um plano de crise

- 15.7.1. Análise de possíveis problemas
- 15.7.2. Planeamento
- 15.7.3. Adequação do pessoal

15.8. Inteligência emocional

- 15.8.1. Inteligência emocional e comunicação
- 15.8.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
- 15.8.3. Autoestima e comunicação emocional

15.9. Branding Pessoal

- 15.9.1. Estratégias para desenvolver a marca pessoal
- 15.9.2. Leis do branding pessoal
- 15.9.3. Ferramentas de construção de marcas pessoais
- 15.9.4. Ferramentas na organização

15.10. Liderança e gestão de equipas

- 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 cíclico: **o *Relearning***.

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





“

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

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.



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.

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

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.



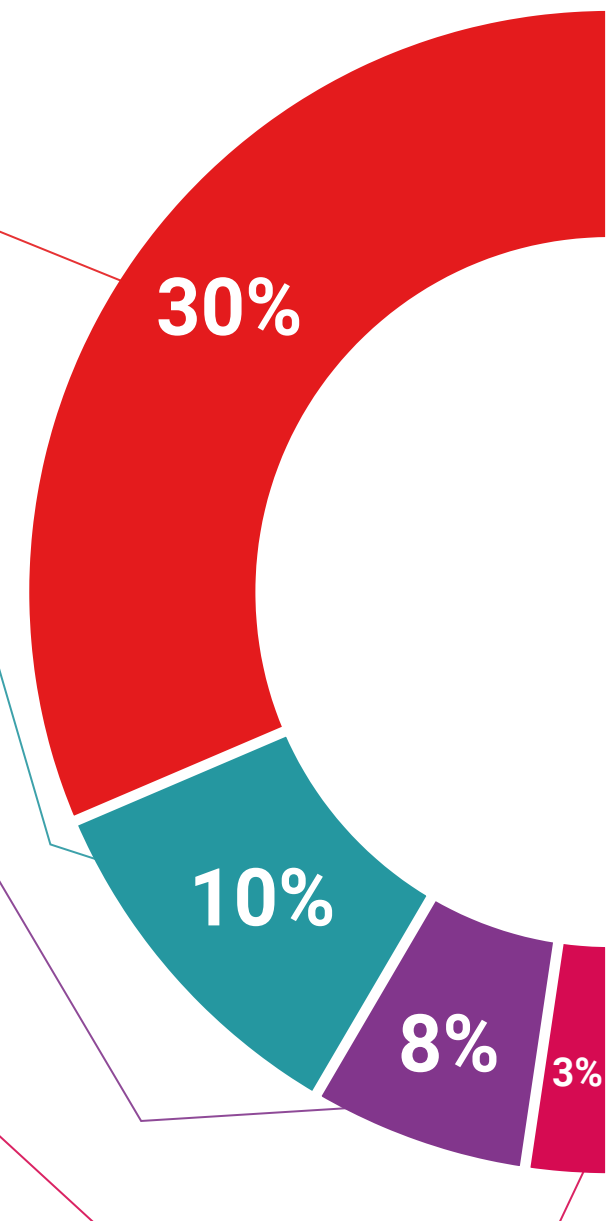
Práticas de aptidões e competências

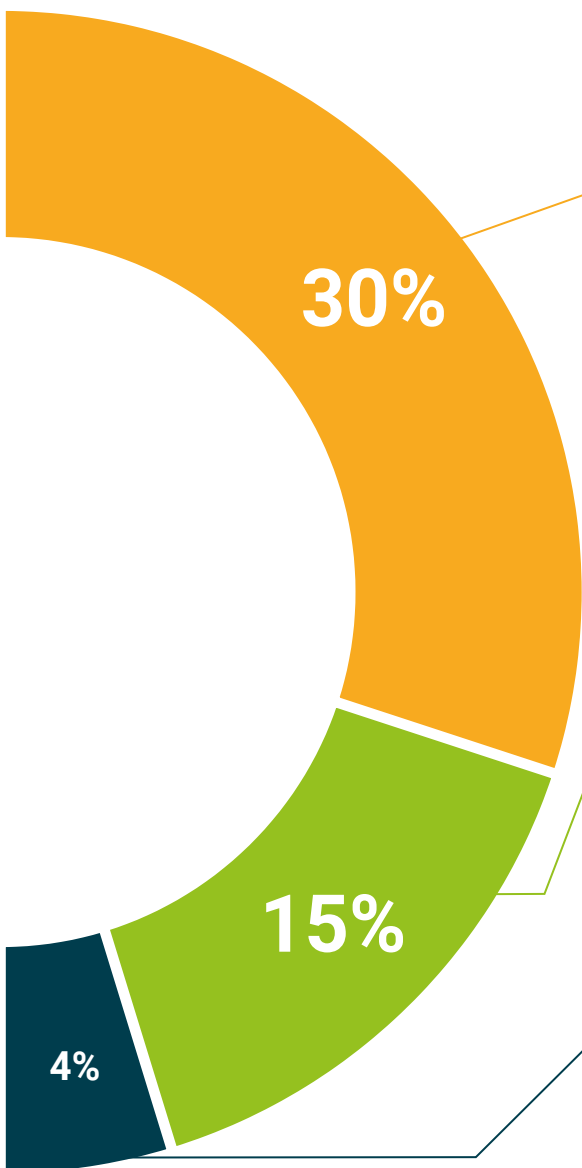
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



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



**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.



08

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”*

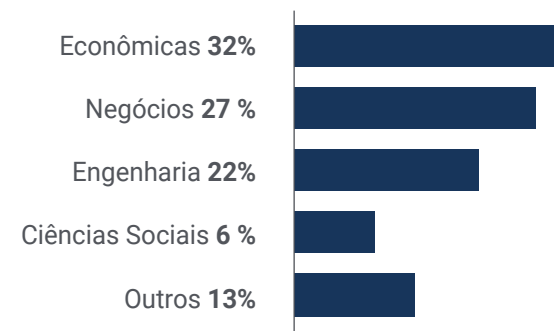
Idade média

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

Anos de experiência



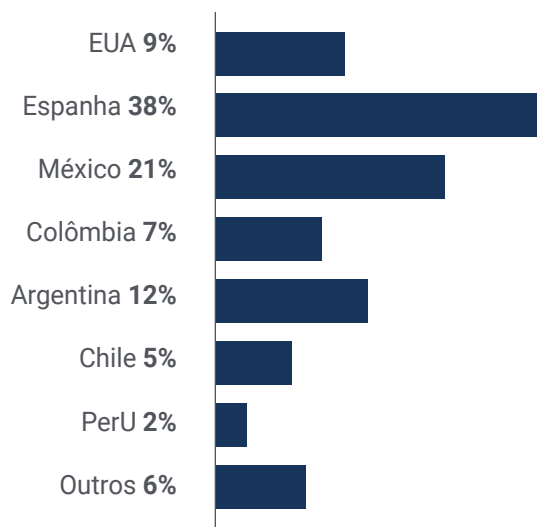
Área de estudo



Perfil acadêmico



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”

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

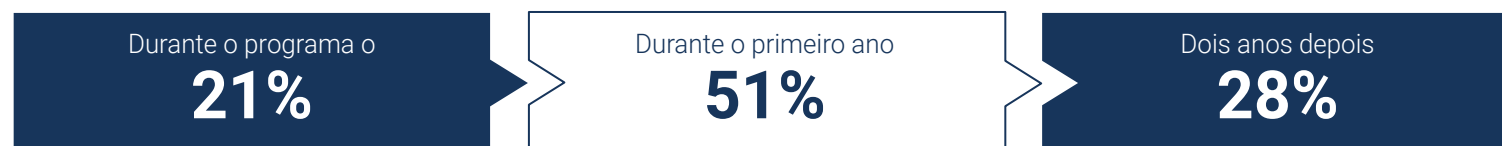
O MBA em Estratégias (CSO, Chief Strategy Officer) da TECH é um programa intensivo que vai lhe preparar para enfrentar desafios e decisões empresariais a nível estratégico e de gerência geral. Seu principal objetivo é impulsionar o crescimento pessoal e profissional e direcionar seus alunos ao sucesso profissional

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

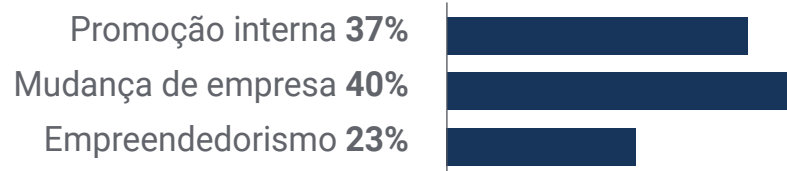
A TECH disponibiliza todos os seus recursos para capacitá-lo a ter sucesso.

Uma capacitação superior que permitirá que você melhore suas habilidades profissionais.

Momento da mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa pode significar um aumento salarial anual de mais de 25,22% para nossos alunos.



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.





“

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 perspectivas 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 Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Executive Master MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

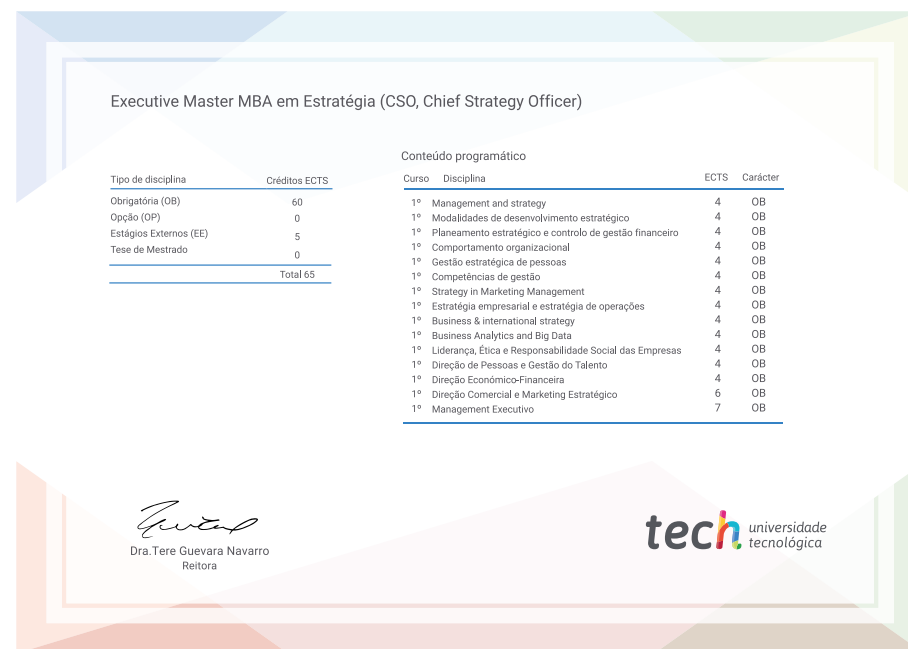
O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Executive Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

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

Modalidade: online

Duração: 12 meses

ECTS: 60



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



Executive Master

MBA em Estratégia (CSO, Chief Strategy Officer)

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

Executive Master

MBA em Estratégia

(CSO, Chief Strategy Officer)