



Executive Master MBA em Gestão de Empresas Criativas

» Modalidade: online» Duração: 12 meses

» Certificação: TECH Global University

» Acreditação: 60 ECTS

» Horário: no seu próprio ritmo

» Exames: online

» Indicado para: licenciados ou diplomadosque tenham concluído anteriormente qualquer uma das certificações no domínio de gestão de empresas, marketing, comunicação ou design

 ${\it Acesso \ ao \ site:} \ {\it www.techtitute.com/pt/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-gestao-empresas-creativas$

Índice

Boas-vindas

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 6

Porquê o nosso programa?

pág. 10

Objetivos

pág. 14

05

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 26

Metodologia

pág. 36

80

O perfil dos nossos alunos

pág. 44

Direção do curso

pág. 48

Impacto para a sua carreira

pág. 56

Benefícios para a sua empresa

Certificação

pág. 60

pág. 64

01 **Boas-vindas**

Embora a disciplina de gestão das indústrias criativas esteja apenas a começar a ver a luz do dia, cada vez mais empresas estão a abraçar a sua metodologia para promover o sucesso nos seus processos. Este trabalho, que promove as artes, a cultura, o design, os negócios e a tecnologia, requer profissionais altamente conhecedores que sejam capazes de transformar o valor da criatividade num bem económico para a empresa. Por este motivo, a TECH concebeu este programa no qual profissionais de diferentes ramos aprenderão a gerir o processo de idealização e implementação de propostas criativas de forma eficiente e a promover o crescimento financeiro e monetário da organização. Um plano de estudo que tem lugar ao longo de 12 meses e que marcará um antes e um depois na carreira profissional do estudante.









tech 08 | Porquê estudar na TECH?

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...

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

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.

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.



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.

A TECH oferece aos estudantes a melhor metodologia de aprendizagem on-line. A universidad 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



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.



Economia de escala

mais exigente.

Excelência académica

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.



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







tech 12 | Porquê o nosso programa?

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



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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.



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.





tech 16 | Objetivos

Os seus objetivos são os da TECH. Trabalhamos em conjunto para o ajudar a alcançá-los.

O Executive Master em MBA em Gestão de Empresas Criativas prepara-o para:



Adquirir e compreender conhecimentos úteis para a capacitação dos estudantes, proporcionando-lhes competências para o desenvolvimento e aplicação de ideias originais no seu trabalho pessoal e profissional



Integrar de os próprios conhecimentos com os dos outros, fazendo julgamentos e raciocínios informados com base nas informações disponíveis em cada caso



Compreender como a criatividade e a inovação se tornaram as forças motrizes da economia



Resolução de problemas em ambientes inovadores e em contextos interdisciplinares no campo da gestão da criatividade

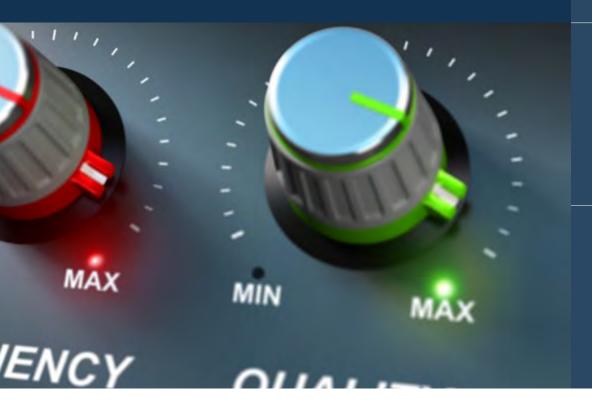




Saber como gerir o processo de criação e implementação de ideias inovadoras sobre um determinado tema



Adquirir conhecimentos específicos para a gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas





Atualização progressiva e constante num ambiente de capacitação autónoma



Possuir os instrumentos para analisar as realidades económicas, sociais e culturais em que as indústrias criativas se estão a desenvolver e a transformar atualmente



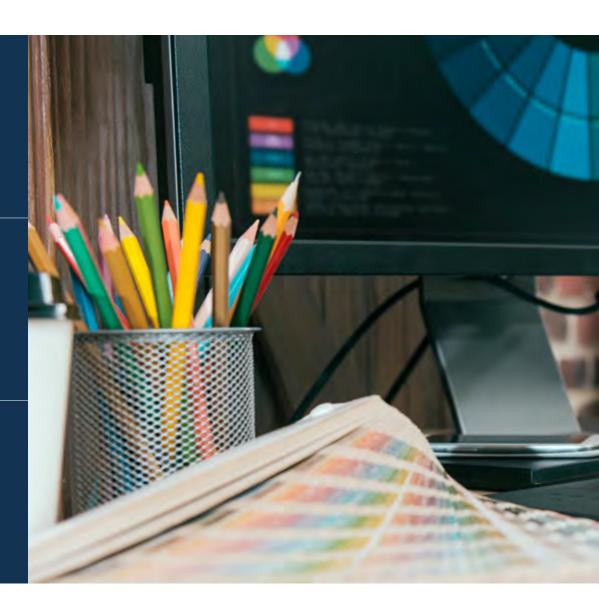
Ajudar os estudantes a adquirir as competências necessárias para desenvolver e evoluir o seu perfil profissional, tanto em ambientes empresariais como de empreendorismo

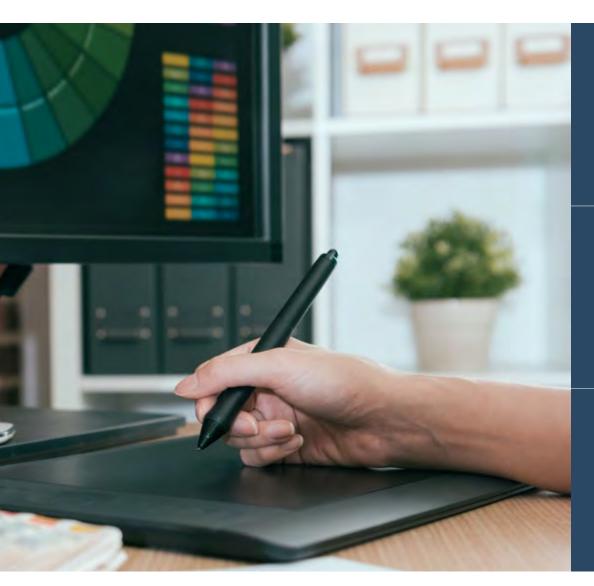


Obter conhecimentos para realizar gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas



Organizar e planear tarefas, tirando o máximo partido dos recursos disponíveis para lidar com as mesmas dentro de prazos precisos







Utilizar as novas tecnologias de informação e comunicação como instrumentos de capacitação e troca de experiências na área do estudo



Desenvolver capacidades comunicativas, tanto escritas como orais, bem como a capacidade de fazer apresentações profissionais eficazes na prática diária



Adquirir competências de pesquisa de mercado, visão estratégica, metodologias digitais e de co-criação







Trabalhar em empresas do setor criativo sabendo como geri-la com sucesso



Saber realizar uma boa gestão económica e financeira das empresas da indústria criativa



Para obter uma compreensão profunda do funcionamento e do contexto global das novas indústrias criativas



Ter um conhecimento profundo de todos os aspetos da proteção dos produtos criativos, desde a proteção da propriedade intelectual até ao direito da publicidade

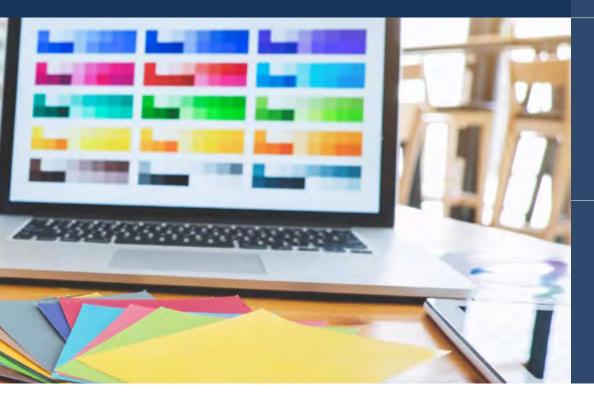




Saber calcular o lucro, a rentabilidade e os custos no âmbito de projetos criativos da indústria



Possuir plenas competências na metodologia Future Thinking poder aplicar os seus benefícios no trabalho diário





Saber realizar uma boa gestão mudança e de previsão do futuro do empresas da indústria criativa



Ser capaz de levar a cabo uma gestão eficiente dos consumidores de empresas criativas



Saber gerir a comunicação a um nível integral para as empresas da indústria criativa

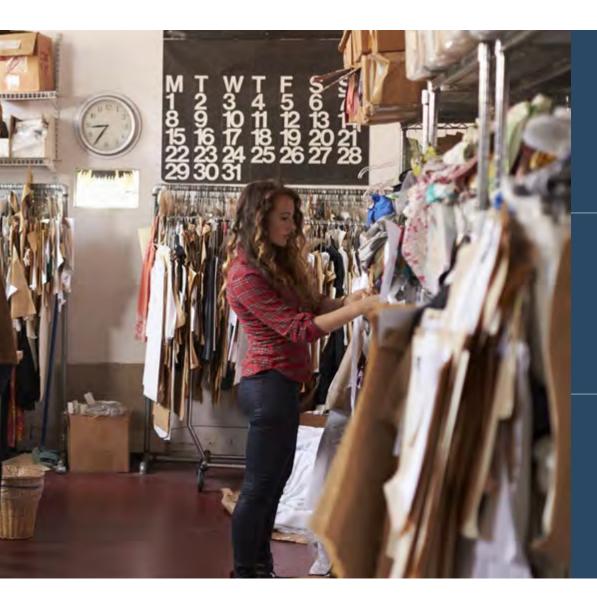


Poder fazer parte ativa do processo de branding nas empresas criativas



Ter conhecimentos profundos para permitir ao profissional gerir o processo de digitalização nas indústrias criativas







Saber como implementar estratégias inovadoras de marketing digital para empresas criativas



Proporcionar ao estudante um conhecimento abrangente que lhe permita tornar-se um empresário na indústria criativa, aproveitando ao máximo a sua ideia principal



Ajudar o profissional a adquirir ferramentas para gerir a liderança dentro destas indústrias





tech 28 | Estrutura e conteúdo

Plano de estudos

Tradicionalmente a criatividade e a gestão têm sido vistas como disciplinas antagónicas. Hoje no entanto, a criatividade e a inovação tornaram-se os principais motores do progresso económico a par da tecnologia. Esta realidade exige novos perfis profissionais capazes de desenvolver de uma forma harmoniosa e eficaz estes instrumentos na gestão das chamadas indústrias criativas.

Através deste programa completo, o estudante obtém o domínio de todas as disciplinas necessárias para a gestão de empresas e organizações no novo contexto das indústrias criativas. O programa não se concentra apenas na gestão artística, mas visa fornecer os instrumentos para analisar as realidades económicas, sociais e culturais em que as indústrias criativas se estão a desenvolver e a transformar atualmente.

Este programa foi concebido para ser estudado com uma metodologia que promove a aquisição de competências no campo da pesquisa de mercado, visão estratégica, ferramentas digitais e co-criação

Por outro lado, os empregos neste setor estão em constante evolução. Por esta razão, o programa visa fornecer aos estudantes as competências necessárias para desenvolver e evoluir o seu perfil profissional, tanto em ambientes empresariais como de entrepreneurs.

Tudo isto, condensado num programa académico dividido em dez módulos de ensino ensinados ao longo de 12 meses, pretende tornar-se um ponto de viragem na carreira profissional do estudante.

Desta forma, após completar o programa, o estudante poderá começar a trabalhar em empresas da indústria criativa com uma maior taxa de sucesso.

Este programa tem lugar ao longo de 12 meses e está dividido em 10 módulos:

Módulo 1.	Novas indústrias criativas
Módulo 2.	Proteção de produtos criativos e intangíveis no mercado atual
Módulo 3.	Gestão económica e financeira das empresas criativas
Módulo 4.	Futures Thinking: como transformar o hoje a partir de amanhã?
Módulo 5.	Gestão de consumidores ou utilizadores em empresas criativas
Módulo 6.	Creative Branding: comunicação e gestão criativa da marca
Módulo 7.	Liderança e inovação nas indústrias criativas
Módulo 8.	A transformação digital na indústria criativa
Módulo 9.	Novas estratégias de <i>marketing</i> digital
Módulo 10.	O empreendedorismo nas indústrias criativas



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este MBA em Gestão de Empresas Criativas 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.

2.9. Direito da Publicidade I

Móc	dulo 1. Novas indústrias criativas							
1.1. 1.1.1. 1.1.2. 1.1.3.	. Da indústria cultural à indústria criativa . As indústrias criativas de hoje	1.2.1. 1.2.2. 1.2.3.	O peso económico das indústrias criativas nos dias de hoje Contribuição Fatores de crescimento e mudança Panorama profissional nas indústrias criativas	1.3.2.	Novo contexto global das indústrias criativas Radiografia das indústrias criativas do mundo Fontes de financiamento para as indústrias criativas em cada país Estudos de caso: modelos de gestão e políticas públicas		Património natural e cultural Património histórico e cultural Subprodutos e serviços de museus, sítios arqueológicos, históricos e paisagens culturais Património cultural intangível	
1.5. 1.5.1 1.5.2 1.5.3	. Artes plásticas . Fotografia	1.6. 1.6.1. 1.6.2. 1.6.3.	Artes performativas Teatro e dança Música e festivais Feiras e circos	1.7. 1.7.1. 1.7.2. 1.7.3.	Meios audiovisuais Filmes, televisão e conteúdo audiovisual Rádio, podcasts e conteúdo áudio Videojogos	1.8.1. 1.8.2.	A publicidade atual Literatura, ensaios e poesia Editores Imprensa	
1.9. 1.9.1 1.9.2 1.9.3	. Design e moda . Arquitetura e paisagismo	1.10.1 1.10.2	Ligações da economia criativa ou laranja Modelo Cascata E círculos concêntricos Spillovers Criatividade, produção e difusão do conhecimento A cultura ao serviço da economia criativa					
Módulo 2. Proteção de produtos criativos e intangíveis no mercado atual								
2.1.	Proteção legal dos bens intangíveis	2.2.	Propriedade intelectual I	2.3.	Propriedade intelectual II	2.4.	Propriedade intelectual III	
2.5.	Propriedade Industrial I: Marcas	2.6.	Propriedade industrial II: desenhos industriais	2.7.	Propriedade Industrial III: patentes e modelos de utilidade	2.8.	Propriedade Intelectual e Industrial: prática	

2.10. Direito da Publicidade II

3.1.1. 3.1.2. 3.1.3.	A contabilidade numa empresa criativa	3.2.1. 3.2.2. 3.2.3.	Receitas e despesas de uma empresa criativa hoje Contabilidade de custos Tipo de custos Afetação de custos	3.3.2.	Taxas de lucro na empresa Margem de contribuição Ponto de equilíbrio Avaliar propostas alternativas		Investimento no setor criativo O investimento na indústria criativa Avaliação de um investimento O método NPV: valor atual líquido
3.5. 3.5.1. 3.5.2. 3.5.3.	A rentabilidade na indústria criativa Rentabilidade económica Relação custo-eficácia do tempo Contabilidade financeira	3.6. 3.6.1. 3.6.2. 3.6.3.	Tesouraria: liquidez e solvência Fluxo de caixa Balanço e demonstração de resultados Liquidação e alavancagem	3.7.1. 3.7.2. 3.7.3.	Fórmulas de financiamento atualmente no mercado criativo Fundos de capital de risco Business Angels Convites à apresentação de propostas e subvenções	3.8.1. 3.8.2. 3.8.3.	Preços de produtos na indústria criativa Fixação de preços Lucro vs. Competências Estratégia de Preços
3.9.1. 3.9.2. 3.9.3.	9	3.10.1 3.10.2	Orçamentos operacionais Ferramentas de planeamento estratégico Elementos incluídos no orçamento operacional Desenvolvimento e execução do orçamento operacional				

Módulo 4. Futures Thinking: como transformar o hoje a partir de amanhã? 4.1. Metodologia Futures Thinking 4.3. Tipos de futuros 4.2. Sinais de mudança 4.4. Previsão do futuro 4.1.1. Metodologia Futures Thinking 4.4.1. À procura de *Drivers* 4.2.1. Sinais de mudança 4.3.1. Viagem ao passado 4.1.2. Vantagens da utilização desta metodologia 4.3.2. Os quatro tipos de futuros 4.4.2. Como criar uma previsão do futuro? 4.2.2. Identificação de sinais de mudança 4.1.3. O papel do "futurista" na empresa criativa 4.2.3. Interpretação de sinais 4.3.3. Aplicação da metodologia do Futures 4.4.3. Como escrever um cenário futuro? Thinking no trabalho 4.8. Futuros preferidos 4.5. Técnicas de estimulação mental 4.6. Previsão colaborativa 4.7. Vitórias épicas Passado, futuro e empatia Da descoberta à proposta de inovação Futuros preferidos 4.6.1. O futuro como um jogo 481 4.5.2. Factos vs. Experiência 4.6.2. Future Wheel 4.7.2. A vitória épica 4.8.2. Técnicas 4.6.3. O futuro a partir de diferentes abordagens 4.5.3. Rotas alternativas 4.7.3. A equidade no jogo do futuro 4.8.3. Trabalhar de trás para a frente a partir do futuro Das previsões às ações 4.10. ODS: Uma visão global e multidisciplinar do futuro 4.9.1. Imagens do futuro 4.9.2. Artefactos do futuro 4.10.1. O desenvolvimento sustentável

como um objetivo global 4.10.2. A gestão humana na natureza 4.10.3. Sustentabilidade social

4.9.3. Roteiro

tech 32 | Estrutura e conteúdo

6.5.3. Ligação com o público através

de contos únicos

6.9. Performance

6.9.3. Plano de produção

6.9.1. Briefing 6.9.2. Táticas 6.6.3. Venda criativa

6.10.1. O que avaliar? 6.10.2. Como avaliar? (Ferramentas de medição) 6.10.3. Relatórios de resultados

6.10. Avaliação

5.1. O utilizador no contexto atual	5.2. Estratégia centrada nas pessoa	as 5.3. Os dados na estratégia	5.4. Implantação da estratégia Hun
5.1.1. A mudança do consumidor	5.2.1. Estratégia Human Centric	Human Centric	Centric na indústria criativa
em tempos recentes 5.1.2. A importância da Investigação	5.2.2. Pontos chave e benefícios de ser Human Centric	5.3.1. Os dados na estratégia Human Centric	5.4.1. Transformar a informação dispersa
5.1.2. A importancia da investigação 5.1.3. Análise de tendências	5.2.3. Casos de sucesso	5.3.2. O valor dos dados 5.3.3. Vista 360º do cliente	em conhecimento do cliente 5.4.2. Análise da oportunidade
			5.4.3. Estratégias e iniciativas de maximizaçã
5.5. Metodologia <i>Human Centric</i>	5.6. Design Thinking	5.7. Posicionamento da marca	5.8. User Insights nas empresas cre
5.5.1. Da investigação à prototipagem	5.6.1. O Design Thinking	na mente do utilizador	5.8.1. Os <i>Insights</i> e sua importância
5.5.2. Modelo de diamante duplo: processo e fa 5.5.3. Ferramentas	ases 5.6.2. Metodologia 5.6.3. Técnicas e ferramentas de <i>Design Think</i>	5.7.1. A análise do Posicionamento	5.8.2. Customer journey e a importância do ma do percurso
o.o.o. Ferramentas	0.0.0. Teerileds e lettarrientes de Design Frinsk	5.7.2. Tipologia 5.7.3. Metodologia e ferramentas	5.8.3. Técnicas de investigação
5.9. Perfil do utilizador (arquétipos	5.10. Recursos e técnicas de investiga	acão	
e persona do comprador)	5.10.1. Técnicas em contexto	,	
5.9.1. Arquétipos	5.10.2. Técnicas de visualização e criação 5.10.3. Técnicas de contraste de voz		
5.9.2. Buyer persona 5.9.3. Metodologia de análise	5.10.5. Techicas de contraste de voz		
Módulo 6. Creative Branding: comunica	ação e gestão criativa da marça		
Módulo 6. Creative Branding: comunica	· · · ·	6.3 Eynressão da marca	6.4 Comunicação
6.1. Marcas e branding	6.2. Construção da marca	6.3. Expressão da marca	6.4. Comunicação
6.1. Marcas e branding6.1.1. A Marca6.1.2. Evolução do branding	6.2. Construção da marca 6.2.1. Marketing Mix 6.2.2. Arquitetura de Marca	6.3.1. Identidade gráfica 6.3.2. Expressão visual	6.4.1. Abordagens 6.4.2. Pontos de contacto da marca
6.1. <i>Marcas e branding</i> 6.1.1. A Marca	6.2. Construção da marca 6.2.1. Marketing Mix	6.3.1. Identidade gráfica	6.4.1. Abordagens 6.4.2. Pontos de contacto da marca
6.1. Marcas e branding6.1.1. A Marca6.1.2. Evolução do branding6.1.3. Posicionamiento, personalidade	6.2. Construção da marca 6.2.1. Marketing Mix 6.2.2. Arquitetura de Marca	6.3.1. Identidade gráfica 6.3.2. Expressão visual	6.4.1. Abordagens 6.4.2. Pontos de contacto da marca
6.1. Marcas e branding6.1.1. A Marca6.1.2. Evolução do branding6.1.3. Posicionamiento, personalidade de marca, notoriedade	6.2. Construção da marca6.2.1. Marketing Mix6.2.2. Arquitetura de Marca6.2.3. Identidade de marca 6.6. Visual Storytelling	6.3.1. Identidade gráfica 6.3.2. Expressão visual 6.3.3. Outros elementos que refletem a marca	6.4.1. Abordagens 6.4.2. <i>Pontos de contacto da marca</i> 6.4.3. Técnicas e ferramentas de comunicaçã

6.7.3. Alinhamento da marca e EC

6.8.3. O desenho da estratégia

7.1. 7.1.1. 7.1.2. 7.1.3.	Criatividade aplicada à indústria Expressão criativa Recursos criativos Técnicas criativas	7.2. 7.2.1. 7.2.2. 7.2.3.	A nova cultura de inovação O contexto da inovação Porque é que a inovação falha? Teorias académicas	7.3. 7.3.1. 7.3.2. 7.3.3.	Atitudes para a inovação	7.4.1. 7.4.2. 7.4.3.	inovação na indústria criativa Restrições pessoais e de grupo Restrições sociais e organizações
7.5. 7.5.1. 7.5.2. 7.5.3.	Inovação fechada e inovação aberta Da Inovação fechada à inovação aberta Práticas para implementar a inovação aberta Experiências de inovação aberta nas empresas		Modelos de negócio inovadores nas IICC Tendências comerciais na economia criativa Casos de Estudo Revolução sectorial	7.7.2.	Liderar e gerir uma estratégia de inovação Impulsionar a adoção Liderar o processo Mapas de portfólios	7.8. 7.8.1. 7.8.2. 7.8.3.	Financiamento da inovação CFO: investidor de capital de risco Financiamento dinâmico Respondendo aos desafios
7.9.	Hibridização: inovar na economia criativa	7.10.	Novos ecossistemas criativos e inovadores				
7.9.1. 7.9.2. 7.9.3.	Interseção de setores Gerar soluções disruptivas O efeito Medici	7.10.2	. Geração de ambientes inovadores . A criatividade como forma de vida . Ecossistemas				

Mód	Módulo 8. A transformação digital na indústria criativa							
8.1. 8.1.1. 8.1.2. 8.1.3.	O futuro digital da indústria criativa Transformação digital Situação do setor e sua comparação Desafios futuros	8.2. 8.2.1. 8.2.2. 8.2.3.	Quarta revolução industrial A revolução industrial Aplicação Impactos	8.3.1. 8.3.2. 8.3.3.	Viabilizadores digitais para o crescimento Eficácia operacional, aceleração e melhoria Transformação digital contínua Soluções e serviços para as indústrias criativas	8.4. 8.4.1. 8.4.2. 8.4.3.	Os dados na tomada de decisões	
8.5. 8.5.1. 8.5.2. 8.5.3.	Tecnologia cognitiva IA e Digital Interaction IoT e robótica Outras práticas digitais	8.6.1. 8.6.2. 8.6.3.	Usos e aplicações da tecnologia blockchain Blockchain Valor para o setor das IICC Versatilidade das transações	8.7.1 8.7.2 8.7.3.	Omni-canal e desenvolvimento transmedia Impacto no setor Análise do desafio Desenvolvimentos	8.8. 8.8.1. 8.8.2. 8.8.3.	Ecossistemas de empreendedorismo O papel da inovação e do capital de risco O ecossistema start-up e os agentes que o compõem Como maximizar a relação entre o agente criativo e as start-up?	
8.9. 8.9.1. 8.9.2. 8.9.3.	Novos modelos de negócio disruptivos Baseado no marketing (plataformas e mercados) Baseado na prestação de serviços (modelos freemium, premium ou subscrição) Baseado na comunidade (a partir de Crowdfunding, redes sociais ou blogs)	8.10.1 8.10.2	Metodologias para promover a cultura da inovação na indústria criativa Estratégia de Inovação do Oceano Azul Estratégia de inovação Lean Star-up Estratégias de inovação Agile					

tech 34 | Estrutura e conteúdo

Mód	Módulo 9. Novas Estratégia de Marketing digital							
9.1. 9.1.1. 9.1.2. 9.1.3.	,	9.2. 9.2.1. 9.2.2. 9.2.3.	Análise digital para diagnóstico Da Análise pré-estratégica à estratégia digital Momento 0 KPIs e métricas, tipologias, classificação de acordo com metodologias	9.3. 9.3.1. 9.3.2. 9.3.3.	E-entertainment: o impacto do e-commerce na indústria de entretenimento E-commerce, tipologias e plataformas A importância do design da web: UX e UI Otimização do espaço online: requisitos mínimos	9.4. 9.4.1. 9.4.2. 9.4.3.	Impacto e evolução do <i>marketing</i> nas redes	
9.5. 9.5.1. 9.5.2. 9.5.3.	1.1	9.6. 9.6.1. 9.6.2. 9.6.3.	Publicidade em ambientes online Publicidade em RRSS e objetivos dos anúncios nos meios sociais O funil de compra ou purchase funnel: categorias Plataformas de anúncios nos meios sociais	9.7. 9.7.1. 9.7.2. 9.7.3.	A metodologia de Inbound Marketing Social Selling, principais pilares e estratégia A plataforma CRM numa estratégia digital Inbound Marketing ou Attraction Marketing: ações e SEO	9.8. 9.8.1. 9.8.2. 9.8.3.	Automatização do Marketing Email Marketing e tipologia de correio eletrónico Automatização do Email Marketing, aplicações, plataformas e vantagens O aparecimento do Bot & Chatbot Marketing: tipologia e plataformas	
9.9. 9.9.1. 9.9.2. 9.9.3.	e aplicações, plataformas e tendências Big Data Big Data, <i>Business Analytics</i> e <i>Business Intelligence</i>	9.10.1 9.10.2	A medição a rentabilidade ROI: a definição de retorno do investimento e ROI vs. ROAS Otimização do ROI Principais métricas					

Módulo 10. O empreendedorismo nas indústrias criativas							
10.1. O projeto empreendedor 10.1.1. Empreendedorismo, tipos e ciclo de vida 10.1.2. Perfil do empreendedor 10.1.3. Tópicos de interesse para o empreendedorismo	 10.2. Liderança pessoal 10.2.1. Autoconhecimento 10.2.2. Capacidade empreendedora 10.2.3. Desenvolvimento de competências e capacidades de liderança empresarial 	 10.3. Identificação de oportunidades de inovação e empreendedorismo 10.3.1. Análise de megatendências e forças competitivas 10.3.2. Comportamento do consumidor e estimativa da procura 10.3.3. Avaliação de oportunidades de negócio 	 10.4. Geração de ideias comerciais na indústria criativa 10.4.1. Ferramentas para a criação de ideias: brainstorming, mapas mentais, drawstorming, etc. 10.4.2. Desenho da proposta de valor: CANVAS, 5 W 10.4.3. Desenvolvimento da proposta de valor 				
10.5. Prototipagem e validação 10.5.1. Desenvolvimento de protótipos 10.5.2. Validação 10.5.3. Ajustes de prototipagem	 10.6. O desenho dos modelos de negócio 10.6.1. Modelos de negócio 10.6.2. Metodologias para a criação de modelos de negócio 10.6.3. Desenho do modelo de negócio para a ideia proposta 	 10.7. Liderança de equipa 10.7.1. Perfis da equipa de acordo com os temperamentos e a personalidade 10.7.2. Habilidades de líder de equipa 10.7.3. Métodos de trabalho em equipa 	10.8. Mercados culturais10.8.1. Natureza dos mercados culturais10.8.2. Tipos de mercados culturais10.8.3. Identificação dos mercados culturais locais				
 10.9. Plan de Marketing e branding pessoal 10.9.1. Projeção de projetos pessoais e empreendedores 10.9.2. Plano estratégico de curto e médio prazo 10.9.3. Variáveis para medir o sucesso 	10.10. Pitch de venda 10.10.1. Apresentação do projeto aos investidores 10.10.2. Produzir apresentações atrativas 10.10.3. Desenvolver capacidades de comunicação eficazes						





tech 38 | Metodologia

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 ruma forma de aprendizagem que 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.

tech 40 | Metodologia

Relearning Methodology

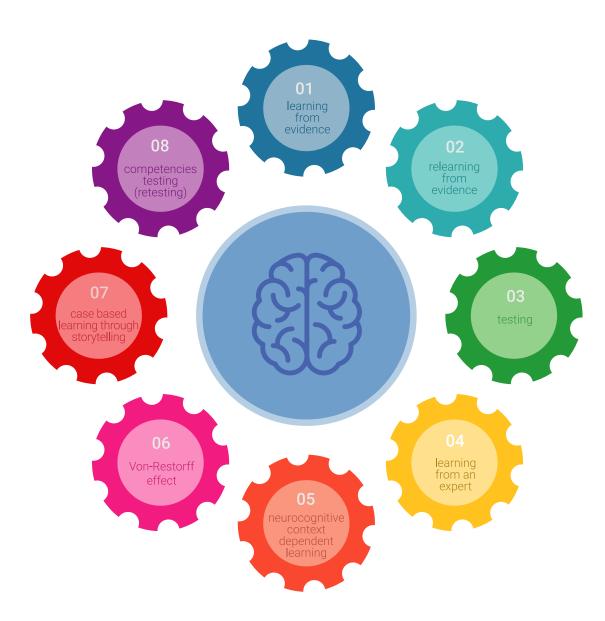
A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

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.



Metodologia | 41 tech

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.



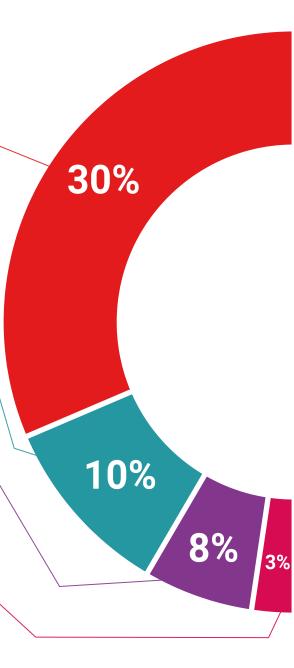
Práticas de aptidões e competências

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 concetuais a fim de reforçar o conhecimento.

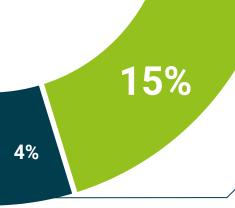


Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu"

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.





30%

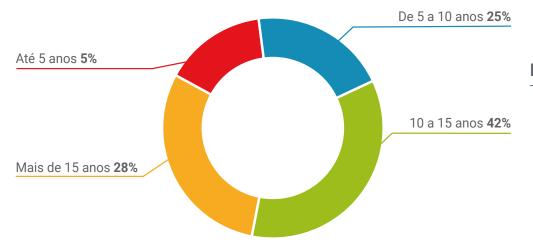




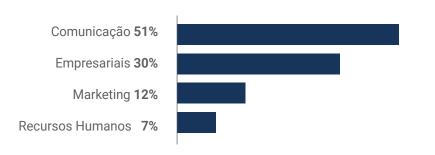


Entre **35** e **45** anos

Anos de experiência



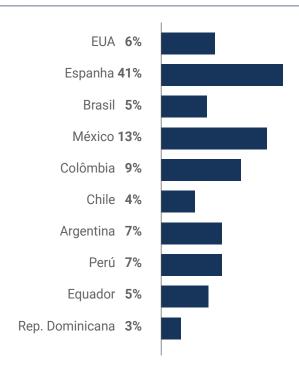
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica





Ariadna González Suárez

CEO da empresa têxtil

"Sem dúvida, estudar na TECH tem sido uma grande descoberta para mim. Estava à procura de um programa que me ajudasse a promover a criatividade na minha empresa e com este programa consegui-o. Além disso, estou a levar comigo uma agenda de excelentes contactos que adquiri durante o programa"





Diretor Convidado Internacional

S. Mark Young é um especialista de renome internacional que tem centrado a sua investigação na indústria do entretenimento. As suas descobertas receberam inúmeros prémios, incluindo o Prémio pela Trajetória em Contabilidade e Gestão de 2020, atribuído pela Associação Americana de Contabilidade (American Accounting Association). Recebeu também três prémios pelas suas contribuições para a literatura académica nestes domínios.

Um dos marcos mais notáveis da sua carreira foi a publicação do estudo *Narcisismo* e *Celebridades*, juntamente com o Dr. Drew Pinsky. Este texto compilou dados diretos sobre personalidades famosas do cinema e da televisão. Além disso, no artigo, que mais tarde se tornaria num livro best-seller, o especialista analisou os comportamentos narcisistas das estrelas de celuloide e a forma como estes se normalizaram nos meios de comunicação modernos. Ao mesmo tempo, abordou o impacto destes comportamentos na juventude contemporânea.

Ao longo da sua vida profissional, Young também se debruçou sobre a **organização** e o **foco** da indústria cinematográfica. Mais concretamente, investigou modelos de **previsão** do **êxito** de bilheteira dos grandes filmes. Contribuiu igualmente para a contabilidade baseada em atividades e para o design de sistemas de controlo. Em particular, é bem conhecida a sua influência na implementação de uma **gestão** eficaz baseada no *Balanced Scorecard*.

O trabalho académico também marcou a sua vida profissional, tendo sido eleito para liderar a Cátedra de Investigação George Bozanic e Holman G. Hurt em **Negócios de Desportos de Entretenimento**. Também lecionou e participou em programas de estudo relacionados com a **Contabilidade**, o **Jornalismo** e a **Comunicação**. Paralelamente, os seus estudos de licenciatura e pós-graduação ligaram-no a prestigiadas universidades americanas, como a de Pittsburgh e do Ohio.



Doutor Young, S. Mark

- Diretor da Cátedra George Bozanic e Holman G. Hurt na USC Marshall, Los Angeles, EUA
- Historiador Oficial da Equipa Masculina de Ténis da Universidade do Sul da Califórnia
- Investigador académico especializado no desenvolvimento de modelos de previsão para a indústria cinematográfica
- Coautor do livro Narcisismo e Celebridades
- Doutoramento em Ciências da Contabilidade pela Universidade de Pittsburgh
- Mestrado em Contabilidade pela Ohio State University
- Licenciado em Ciências Económicas pelo Oberlin College
- Membro de: Centro para a Excelência de Ensino



tech 52 | Direção do curso

Direção



Dra. Marga Velar

- Corporate Marketing Manager no SGN Group (Nova York)
- Gestão no Forefashion Lab
- Licenciatura em Comunicação Audiovisual com diploma em Comunicação e Gestão da Moda pelo Centro Universitario Villanueva, Universidad Complutense, Madrid
- Doutoramento em Comunicação na Universidade Carlos III de Madrid
- MBA em Gestão de Empresas de Moda pela ISEM Fashion Business School
- Professora no Centro Universitário Villanueva, na ISEM Fashion Business School e na Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra

Professores

Sra. Carolina Eyzaguirre Vilanova

- Legal Counsel para o Diretor Geral da empresa Eley Hawk
- Professora na Ordem dos Advogados de Madrid no Mestrado em Direito Digital, Inovação e Tecnologias Emergentes
- Assessoria jurídica no domínio do direito da publicidade para Autocontrolo (Associação para a Auto-Regulação da Comunicação Comercial)
- Designer em múltiplos projetos em empresas como o Estudio Mariscal, a RBA Ediciones (revistas National Geographic e El Mueble) e os Laboratorios Echevarne
- Licenciatura em Direito e Design pela Universidade Pompeu Fabra de Barcelona
- Especializada em Propriedade Intelectual com um Mestrado Oficial da Universidade Pontifícia Comillas (ICADE) em Madrid

Sr. Carlos Sanjosé

- Responsável do Digital em MURPH
- Criador de conteúdos há mais de 8 anos no Liceo25, empresa mãe de meios de comunicação online como 25 Gramos, Fleek Mag, Lenders Magazine ou Libra, entre outros
- Especialista em marketing e estratégia digital, Social Media & Social Ads, plataformas de e-commerce e Email Marketing
- Licenciatura em Publicidade e RP

Dra. Patrícia San Miguel

- Diretora e criadora do observatório para análise do impacto digital das marcas de moda Digital Fashion Brands
- Professora em marketing digital na ISEM Fashion Business School e na Universidade de Navarra
- Doutoramento pela Universidade de Navarra
- Licenciada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Complutense de Madrid
- MBA em Moda Executiva pela ISEM
- Escritora do livro Influencer Marketing

Sra. Sandra Bravo Durán

- Professora em diferentes universidades e escolas de negócios viradas para a indústria da moda e do luxo
- Especialista em Trend Forecasting e Customer Insights
- Socióloga e economista da Universidade de Salamanca
- Mestrado Executivo em Direção de Empresas de Moda pela ISEM Fashion Business School
- Programa de Inovação Social, Sustentabilidade e Reputação de Empresas de Moda no ISEM
- * PhD Candidate em Criatividade Aplicada pela Universidade de Navarra

tech 54 | Direção do curso

Sr. Rumén Justo

- Consultor de empresas e empresários da Universidade de La Laguna (EmprendeULL)
- Fundador da produtora JR Producciones
- Co-fundador das startups E-MOVE, E-CARS e SENDA ECOWAY
- Diretor Executivo da SENDA ECOWAY
- Mentor acreditado da Rede Espanhola de Mentoreamento no CEOE (CEOE)
- Lean Coach em Olympo Boxes, da Câmara de Comércio de Santa Cruz de Tenerife
- Licenciado em ADE
- Mestrado em PRL pela SGS
- Pós-graduado em Vigilância Tecnológica
- Pós-graduado em Roadmapping pela UPC
- Especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade de Vigo

Sra. Cristina Arroyo Villoria

- Parceira e Diretora de Projetos e Empreendedorismo na Fábrica de Indústrias Criativas
- Planeamento Estratégico, Desenvolvimento Empresarial e Estratégia de Comunicação e Comercialização
- Licenciada em Ciências do Trabalho pela Universidade de Valladolid
- Mestrado em Gestão e Gestão de Recursos Humanos pela Escola de Negócios de San Pablo CEU
- Mestrado em Tecnologia Educativa pela Bureau Veritas Business School







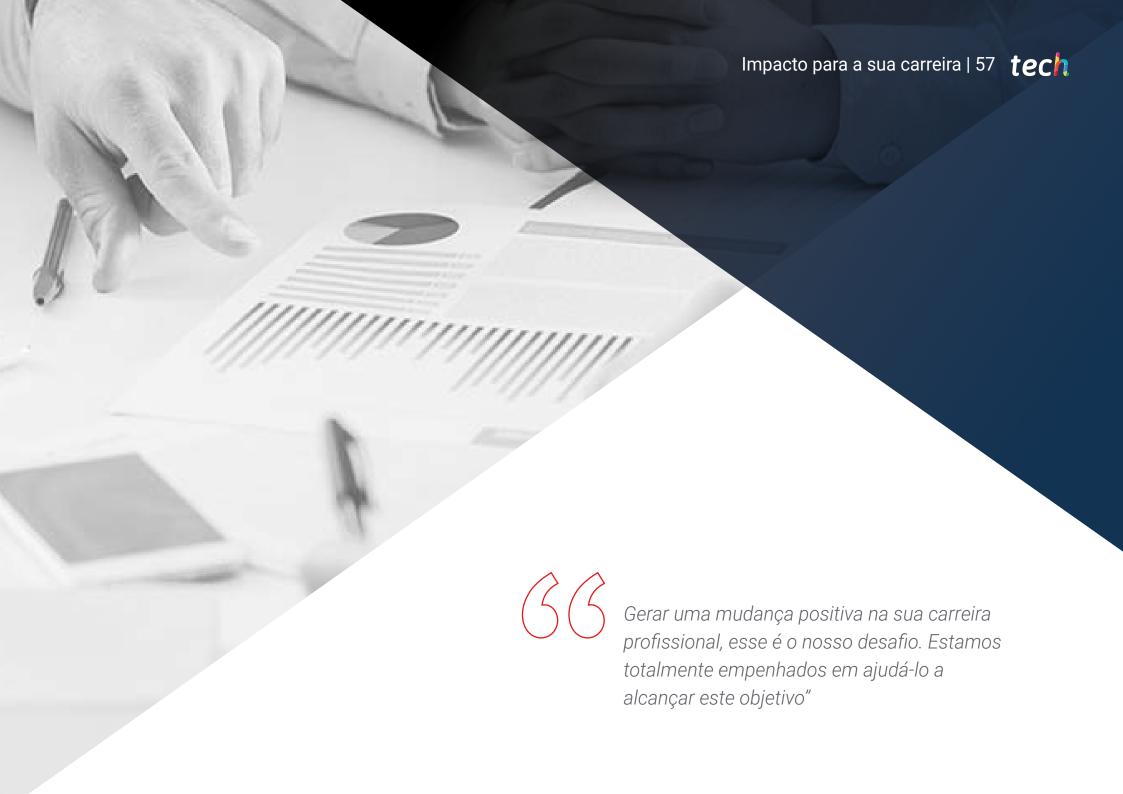
Dra. Jessica Paule Vianez

- Professora de Economia / Departamento de Economia Empresarial na Universidade Rey Juan Carlos
- * Doutoramento com Menção Internacional em Ciências Sociais e Jurídicas pela Escola Internacional de Doutoramento da Universidad Rey Juan Carlos
- Licenciatura em Finanças e Contabilidade pela Universidade de Extremadura
- Grau em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade de Valência
- Mestrado em Processamento de Informação Estatística Computacional pela Universidade Complutense de Madrid

Sra. Ana Belén Gallego Martínez

- Consultor independente Belen Galmar Acompañamiento Empresarial
- Licenciada em Direito pela Universidade Complutense de Madrid
- MBA Mestrado em Gestão e Administração de Empresas, especializado em gestão financeira, Universidad Camilo José Cela
- Programa Executivo de Transformação Digital da Escuela de Organización Industrial





Num mundo de trabalho competitivo, a especialização é o melhor trunfo do profissional quando se trata de fazer sobressair o seu perfil dos outros.

Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O MBA em Gestão de Empresas Criativas da TECH é um programa intensivo que o prepara para enfrentar desafios e decisões empresariais no campo da gestão de ideias, projetos e trabalho. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional do estudante, desenvolvendo a sua criatividade e ajudando-o a ser capaz de promover a criatividade dos outros. Desta forma, a TECH motiva o profissional a estar no caminho do sucesso.

Se quiser melhorar, fazer uma mudança positiva a nível profissional e trabalhar em rede com os melhores, este é o lugar para si.

Obtenha as melhorias salariais que merece, levando este programa completo com a TECH.

Momento de mudança

Durante o programa

15%

Durante o primeiro ano

55%

Dois anos mais tarde

30%

Tipo de mudança

Promoção interna **48**%

Mudança de empresa **46**%

Empreendorismo **6**%

Melhoria dos salários

A conclusão deste programa significa um aumento no salário anual de mais de **25%** para os nossos estudantes

Salário anual anterior

50.500 €

Aumento salarial anual de

25%

Salário anual posterior

63.242 €





tech 62 | Benefícios para a sua empresa

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



Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças criativa na organização.



Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga de talentos

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



Construção de agentes de mudança

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



Maiores possibilidades de expansão internacional

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





Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio da I&D ou do desenvolvimento do negócio da sua empresa.



Aumento da competitividade

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







tech 66 | Certificação

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

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

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

Título: Executive Master MBA em Gestão de Empresas Criativas

Modalidade: online

Duração: 12 meses

Acreditação: 60 ECTS





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



Executive Master MBA em Gestão de Empresas Criativas

» Modalidade: online

» Duração: 12 meses

» Certificação: TECH Global University

» Acreditação: 60 ECTS

» Horário: no seu próprio ritmo

» Exames: online

