

Executive Master

MBA em Gestão Industrial

M B A G I



Executive Master MBA em Gestão Industrial

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: a tua scelta
- » Exames: online
- » Destinado a: engenheiros e licenciados experientes que pretendam aprofundar e atualizar-se em todos os aspetos necessários a ter em conta para uma gestão adequada de uma empresa industrial

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/escola-gestao/executive-master/executive-master-mba-gestao-industrial

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. 24

06

Estrutura e conteúdo

pág. 28

07

Metodología de estudo

pág. 48

08

O perfil dos nossos alunos

pág. 58

09

Direção do curso

pág. 62

10

Impacto para a sua carreira

pág. 84

11

Benefícios para a sua empresa

pág. 88

12

Certificação

pág. 92

01

Boas-vindas

Num ambiente cada vez mais globalizado e com uma concorrência cada vez mais forte entre empresas de diferentes países, é necessário trabalhar de forma mais eficiente, alinhando todos os recursos para alcançar os objetivos planeados. Para tal, as empresas devem utilizar as melhores ferramentas para alcançar um nível de gestão competitivo e eficiente, de modo a poderem adaptar-se a todo o momento às necessidades do mercado. Este programa académico sobre MBA em Gestão Industrial ensina as ferramentas e conhecimentos necessários para conseguir esta adaptação e ser capaz de competir nas melhores condições, alcançando os melhores resultados empresariais e, portanto, o sucesso laboral exigido pelos profissionais do século XXI.



MBA em Gestão Industrial
TECH Universidade Tecnológica

“

Um programa académico de alto impacto especialmente concebido para formar os melhores profissionais em gestão industrial”

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 que obedece aos mais elevados padrões acadêmicos. 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 ajudara alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.



Máxima exigência

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 da TECH concluem os seus estudos com sucesso



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

+100 mil

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 intervenientes económicos dos 7 continentes.

+500

Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

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

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode 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 e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm 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 competências interpessoais.



Excelência académica

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de 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 mil 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 nas aulas 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 ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se 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 para um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá 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 nesta 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 o estudante se possa posicionar como gestor 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 interliga os seus estudantes 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 as *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 da 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 de reforçar as suas competências em todos os aspetos do MBA em Gestão Industrial, bem como desenvolver novas competências e aptidões que serão essenciais no seu desenvolvimento profissional. Assim, após completar o plano de estudo, será capaz de tomar decisões globais com uma perspetiva inovadora e uma visão internacional, tendo sempre em mente a importância de trabalhar eficientemente, alinhando todos os recursos para alcançar os objetivos estabelecidos pela empresa.



“

O nosso principal desafio é ajudá-lo a atingir os seus objetivos académicos e, por isso, propomos a realização deste completo Executive Master”

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos. Trabalham em conjunto para alcançá-los

O MBA em Gestão Industrial prepara-o para:

01

Impulsionar e implementar a estratégia em toda a organização utilizando o balanced scorecard

02

Descobrir, definir e gerir os processos fundamentais de criação de valor na empresa

03

Estabelecer a relação entre a gestão de projetos e a estratégia empresarial

04

Desenvolver procedimentos e melhores práticas na gestão de projetos

05

Analisar a própria liderança, motivação e estilo de comunicação e demonstrar comportamentos eficazes, indicando as formas mais apropriadas de gerar empenho, jogo de equipa e encorajar a responsabilização dos funcionários

06

Analisar que aspetos são importantes ao realizar a avaliação do desempenho da sua equipa e implementá-la com sucesso e em conformidade com a estratégia da organização

07

Realizar uma análise abrangente do atual ambiente empresarial

10

Detalhar em profundidade o processo de concepção de um novo produto desde a concepção CAD até ao acordo de que a concepção irá satisfazer os requisitos até análise de potenciais falhas e a produção de planos.

08

Interpretar um balanço para evitar riscos futuros

11

Ganhar uma compreensão detalhada da dinâmica de trabalho das unidades de produção e da interação entre as suas funções

09

Aprofundar nas técnicas, nas suas fases e nas ferramentas relacionadas com o desenho conceptual que precede o desenho final do produto, bem como a tradução dos requisitos do cliente final em especificações técnicas que o produto terá de cumprir

12

Abordar a importância do planeamento da produção como um instrumento chave para a rentabilidade da empresa

13

Aprofundar as bases do pensamento Lean e as suas principais diferenças em relação aos processos de fabrico tradicionais

14

Analisar os resíduos na empresa, distinguindo o valor de cada processo e os tipos de resíduos que podem ser encontrados

15

Estabelecer a importância da gestão da qualidade em todas as áreas da empresa

16

Identificar os custos de qualidade associados à gestão da qualidade e implementar um sistema para os monitorizar e melhorar

17

Descrever em profundidade os desafios da função logística, as suas principais atividades, os custos associados, a criação de valor da função logística e aprofundar os diferentes tipos de cadeias de abastecimento

18

Desenvolver as diferentes estratégias para otimizar a função logística

19

Liderar e abordar os novos modelos de negócio e desafios associados ao desenvolvimento e implementação da Indústria 4.0

20

Aprofundar a necessidade da transformação digital que os novos desafios empresariais sugerem, a fim de enfrentar com sucesso o futuro próximo

21

Aprofundar as bases do pensamento lean e as suas principais diferenças em relação aos processos de fabrico tradicionais.

22

Analisar os resíduos na empresa, distinguindo o valor de cada processo e os tipos de resíduos que podem ser encontrados

23

Estabelecer os princípios do 5S e como este pode ajudar a melhorar a produtividade, bem como aprofundar a sua implementação na empresa

24

Dominar as ferramentas lean de diagnóstico

25

Fazer uma análise exaustiva das ferramentas lean operacionais como o SMED, JIDOKA, POKAYOKE, redução de lotes e POUS

26

Aprofundar nos princípios do método Kaizen para a melhoria contínua e nas diferentes metodologias, assim como os principais obstáculos que podem ser encontrados para a implementação do Kaizen na empresa

27

Analisar o plano de ação para a implementação do lean na empresa, aprofundando nos aspetos gerais da implementação, nas diferentes fases e nos fatores de sucesso para a aplicação da filosofia Lean na empresa.

28

Identificar os KPIs que podem ajudar a medir os resultados da implementação do Lean

29

Estabelecer a importância da gestão da qualidade em todas as áreas da empresa



30

Identificar os custos de qualidade associados à gestão da qualidade e implementar um sistema de acompanhamento e melhoria deles.

32

Investigar novas tendências e estratégias na função logística e a sua implementação na empresa



33

Analisar os fatores diferenciadores das cadeias de distribuição bem-sucedidas e os elementos diferenciadores da cadeia de valor.

31

Aplicar os princípios da filosofia lean à gestão da cadeia de abastecimento e à aplicação de um sistema lean à função logística.

34

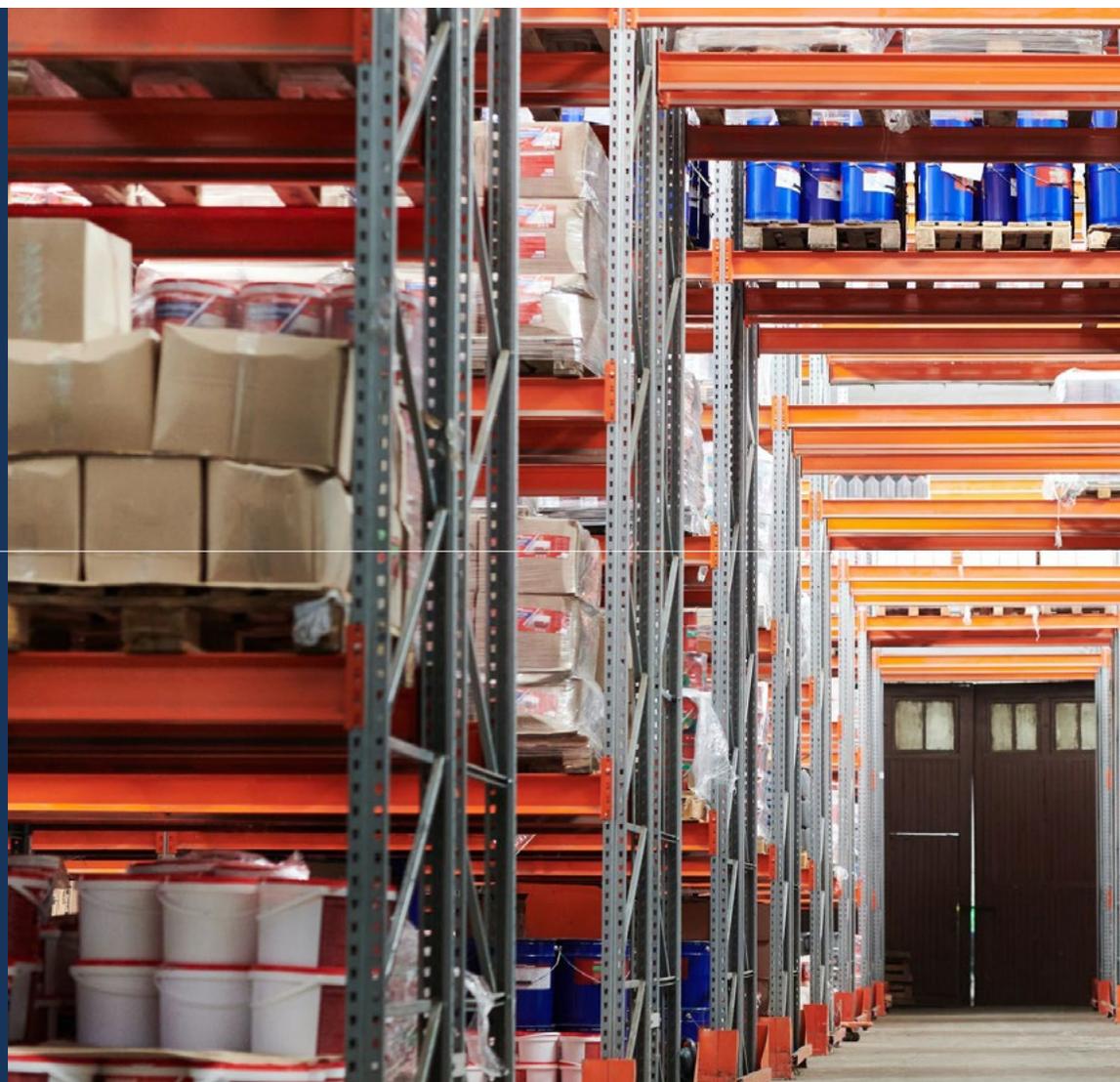
Aprofundar na logística da pandemia, nos diferentes cenários e analisar os pontos críticos da cadeia de abastecimento no cenário atual, assim como os tipos de cadeias de abastecimento para a distribuição de elementos chave como as vacinas.

35

Aprofundar no modelo EFQM, na sua nova edição, para poder desenvolvê-lo na empresa, caso se queira dar um passo mais em direção à excelência.

36

Aplicar as principais Ferramentas de Qualidade que podem ser utilizadas na Gestão e Melhoria da Qualidade dos Produtos e Processos





37

Estabelecer a importância da Melhoria Contínua e a utilização das duas principais metodologias: o ciclo PDCA com a aplicação à implementação do Lean Manufacturing e o Six-Sigma

38

Conhecer em profundidade o que é a Qualidade com Fornecedores e como geri-la, os diferentes tipos de Auditorias e como realizá-las, aspetos dos Ensaios e do Laboratório

05

Competências

Depois de passar as avaliações do MBA em Gestão Industrial, o profissional terá adquirido as competências necessárias para uma práxis de qualidade e atualizada com base na metodologia didática mais inovadora.



A grayscale photograph of a hand pointing at a bar chart on a document. The chart has three bars of increasing height. The text 'Profit Trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

Este programa permitir-lhe-á adquirir as competências de que necessita para ser mais brilhante no seu trabalho diário”

01

Gerir eficazmente todos os aspetos relacionados com a gestão industrial de modo a poder competir adequadamente tanto no presente como num futuro repleto de desafios, oportunidades e mudanças

02

Aplicar as principais chaves estratégicas para melhor competir nos tempos atuais e futuros

03

Dominar as ferramentas para alcançar a excelência, definir a estratégia empresarial e a sua implantação em toda a organização, gestão por processos, e tipologia estrutural a ser utilizada para melhor se adaptar às mudanças, bem como aspetos a ter em conta para a sustentabilidade, gestão de clientes, internacionalização da empresa e gestão da mudança, que se está a tornar cada vez mais constante

04

Gerir projetos utilizando tanto metodologias convencionais como metodologias ágeis

05

Gestão adequada dos RH para que possam oferecer à empresa todo o potencial que lhes é exigido e contribuir com o máximo valor possível

06

Interpretar os dados económicos e financeiros da empresa, podendo simultaneamente utilizar e desenvolver as ferramentas necessárias para uma melhor gestão de todos os aspetos relacionados com as finanças da empresa

07

Gerir melhor todas as etapas e fases necessárias na conceção e desenvolvimento de novos produtos

08

Planear e controlar a produção a fim de otimizar os recursos e adaptar-se à procura da melhor forma possível

09

Gerir a qualidade em toda a organização e aplicar as ferramentas mais importantes para a melhoria contínua dos produtos e processos

10

Aplicar a filosofia de trabalho de *Lean Manufacturing* com o objetivo de reduzir os resíduos, a fim de otimizar os recursos e dar à empresa a flexibilidade necessária e a resposta às exigências do mercado

11

Desenvolver uma melhor gestão de toda a cadeia de abastecimento e melhorar o fluxo de materiais desde os fornecedores até à expedição dos produtos para o cliente

12

Utilizar e desenvolver as últimas tendências em digitalização e Indústria 4.0 a fim de estar melhor preparado para competir em mercados novos e em rápida mudança

06

Estrutura e conteúdo

O MBA em Gestão Industrial é um programa concebido com base nas necessidades dos estudantes do século XXI, e é ensinado num formato 100% online para que os profissionais possam escolher a hora e o local que melhor se adapte à sua disponibilidade, horários e interesses. Além disso, ao estudar este programa, o estudante terá acesso ao compêndio de conteúdos mais completo e atualizado do mercado. Tudo isto, num currículo que tem lugar ao longo de 12 meses e pretende ser uma experiência única e estimulante que lança as bases para o sucesso profissional do estudante.



“

O nosso currículo irá fornecer-lhe os conhecimentos necessários para ter sucesso na gestão de projetos industriais"

Plano de Estudos

O atual ambiente altamente globalizado e competitivo forçou as empresas a criar ambientes de trabalho altamente eficientes para alcançar os seus objetivos. Para tal, as empresas devem utilizar as melhores ferramentas para alcançar um nível de gestão competitivo e eficiente, de modo a poderem adaptar-se a todo o momento às necessidades do mercado. Este Executive Master ensina as ferramentas e conhecimentos necessários para conseguir esta adaptação e para poder competir nas melhores condições.

Devido à necessidade de adaptação constante às mudanças no ambiente, que podem ser de todo o tipo, é necessário que uma empresa atue como um sistema adaptativo. Por este motivo, é essencial que todos os profissionais, mesmo que sejam responsáveis apenas por uma área da empresa, estejam conscientes do impacto noutras áreas e, acima de tudo, no cliente final. Por outras palavras, tem de ter conhecimentos transversais

Por esta razão, este Executive Master aprofunda todos os aspetos relacionados com a gestão industrial, e fornece uma melhor visão geral para tomar melhores decisões. Para tal, o programa conta com profissionais de renome, com conhecimentos profundos e vasta experiência para dar grande valor às lições ensinadas.

O seu conteúdo combina aspetos teóricos e uma abordagem eminentemente prática que proporciona aos estudantes um conhecimento profundo da realidade da empresa industrial. Desta forma, proporcionará aos estudantes a capacidade e as ferramentas necessárias para gerir eficazmente todos os aspetos relacionados com a gestão industrial, de modo a poder competir adequadamente tanto no presente como num futuro repleto de desafios, oportunidades e mudanças.

Os conhecimentos reais de cada um dos conferencistas no seu campo de gestão na indústria, tornam a matéria ensinada de alta-qualidade e ligada ao dia a dia da profissão e com uma visão de adaptação ao futuro. Tudo isto permite que o índice seja especialmente concebido para adaptar os conhecimentos à realidade da profissão e às ferramentas que cada profissional deve dominar para lidar adequadamente com as mudanças contínuas que têm de enfrentar.

Deste modo, este programa proporcionará aos profissionais uma renovação de conhecimentos que os colocará na vanguarda dos últimos desenvolvimentos em cada uma das áreas do conhecimento.

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

Módulo 1	Chaves estratégicas para melhorar a competitividade
Módulo 2	Gestão de projetos
Módulo 3	Liderança e gestão de pessoas
Módulo 4	Finanças empresariais Uma abordagem económica e financeira
Módulo 5	Desenho e desenvolvimento de produtos
Módulo 6	Planificação e controlo da produção
Módulo 7	<i>Lean manufacturing</i>
Módulo 8	Gestão da qualidade
Módulo 9	A função logística, chave para competir
Módulo 10	Indústria 4.0 e Business Intelligence A empresa digitalizada
Módulo 11	Liderança Ética e Responsabilidade Social das Empresa
Módulo 12	Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos
Módulo 13	Gestão Económica-financeira
Módulo 14	Gestão comercial e marketing estratégico
Módulo 15	Management Directivo



Onde, quando e como se realizam?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive Master em MBA em Gestão Industrial completamente online. Durante os 12 meses desta capacitação, poderá aceder a todo o conteúdo deste programa em qualquer altura, o que lhe permitirá auto-gerir 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. Chaves estratégicas para melhorar a competitividade

1.1. Excelência nos negócios de hoje

- 1.1.1. Adaptação a ambientes VUCA
- 1.1.2. Satisfação das partes interessadas (*Stakeholders*)
- 1.1.3. *World Class Manufacturing*
- 1.1.4. Medida de Excelência: *Net Promoter Score*

1.2. O desenho da estratégia empresarial

- 1.2.1. Processo geral de definição da estratégia
- 1.2.2. Definição da situação atual Modelos de posicionamento
- 1.2.3. Possíveis movimentos estratégicos
- 1.2.4. Modelos estratégicos de ação
- 1.2.5. Estratégias funcionais e organizacionais
- 1.2.6. Análise do ambiente e da organização Análise SWOT para tomada de decisões

1.3. Implementação da estratégia Painéis de controlo integrais

- 1.3.1. Missão, Visão, Valores e Princípios de Ação
- 1.3.2. Necessidade de painéis de controlo integrais
- 1.3.3. Perspetivas a utilizar no CMI
- 1.3.4. Mapa estratégico
- 1.3.5. Fase de implementação de um bom CMI
- 1.3.6. O mapa geral de um CMI

1.4. Gestão por processos

- 1.4.1. Descrição de um processo
- 1.4.2. Tipos de processos Processos principais
- 1.4.3. Priorização de processos
- 1.4.4. Representação de um processo
- 1.4.5. Medição de processos para melhoria
- 1.4.6. Mapa de processos
- 1.4.7. Reengenharia de processos

1.5. Tipologias estruturais Organizações ágeis ERR

- 1.5.1. Tipologias estruturais
- 1.5.2. A empresa vista como um sistema adaptativo
- 1.5.3. A empresa horizontal
- 1.5.4. Características e fatores-chave das organizações ágeis (RRA)
- 1.5.5. Organizações do futuro: a organização TEAL

1.6. O desenho dos modelos de negócio

- 1.6.1. Modelo Canvas para a conceção de modelos de negócio
- 1.6.2. Metodologia *Lean Startup* na criação de novos negócios e produtos
- 1.6.3. A Estratégia do Oceano Azul

1.7. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade

- 1.7.1. Responsabilidade social das empresas (RSC): ISO 26000
- 1.7.2. Objetivos de desenvolvimento sustentável SDG
- 1.7.3. A Agenda 2030

1.8. *Customer Management*

- 1.8.1. A necessidade de gestão de relações com o cliente
- 1.8.2. Elementos do *Customer Management*
- 1.8.3. A tecnologia e o *Customer Management*. Os CRM

1.9. Gestão em ambientes Internacionais

- 1.9.1. A importância da Internacionalização
- 1.9.2. Diagnóstico do potencial exportador
- 1.9.3. Elaboração do plano de Internacionalização
- 1.9.4. Implementação do plano de internacionalização
- 1.9.5. Ferramentas de assistência à exportação

1.10. Gestão da mudança

- 1.10.1. A dinâmica de mudança nas empresas
- 1.10.2. Obstáculos à mudança
- 1.10.3. Fatores de adaptação à mudança
- 1.10.4. Metodologia de gestão de mudança

Módulo 2. Gestão de projetos**2.1. O projeto**

- 2.1.1. Elementos fundamentais do projeto
- 2.1.2. Gestor de projeto
- 2.1.3. O ambiente em que os projetos operam

2.2. Gestão de alcance do projeto

- 2.2.1. Análise do âmbito
- 2.2.2. Planificação de alcance do projeto
- 2.2.3. Controlo de alcance do projeto

2.3. Gestão do cronograma

- 2.3.1. A importância da planificação
- 2.3.2. Gerir o planeamento de projetos *Project Schedule*
- 2.3.3. Tendências em gestão de tempo

2.4. Gestão de custos

- 2.4.1. Análises dos custos do projeto
- 2.4.2. Seleção financeira de projetos
- 2.4.3. Planificação dos custos do projeto
- 2.4.4. Controlo dos custos do projeto

2.5. Qualidade, recursos e provisionamento

- 2.5.1. Qualidade total e gestão de projetos
- 2.5.2. Recursos do projeto
- 2.5.3. Aquisições O sistema de recrutamento

2.6. Intervenientes no projeto e as suas comunicações

- 2.6.1. A importância dos *Stakeholders*
- 2.6.2. Gestão dos interessados no projeto
- 2.6.3. Comunicações do projeto

2.7. Gestão dos riscos do projeto

- 2.7.1. Princípios fundamentais de gestão do risco
- 2.7.2. Processos de gestão para a gestão de risco do projeto
- 2.7.3. Tendências em gestão de tempo

2.8. Direção integrada de projetos

- 2.8.1. Planeamento estratégico e direção de projetos
- 2.8.2. Plano para gestão do projeto
- 2.8.3. Processos de implementação e controlo
- 2.8.4. Encerramento do projeto

2.9. Metodologias ágeis I: Scrum

- 2.9.1. Princípios Agile e Scrum
- 2.9.2. Equipa Scrum
- 2.9.3. Eventos de Scrum
- 2.9.4. Artefactos Scrum

2.10. Metodologias ágeis II: kanban

- 2.10.1. Princípios de Kanban
- 2.10.2. Kanban e Scrumban
- 2.10.3. Certificações

Módulo 3. Liderança e gestão de pessoas

3.1. O papel do líder

- 3.1.1. A liderança na gestão eficaz de pessoas
- 3.1.2. Tipos de estilos de tomada de decisão na gestão de pessoas
- 3.1.3. O Líder Coach
- 3.1.4. Equipes autogeridas e o *empowerment*

3.2. Motivação das equipas

- 3.2.1. Necessidades e expectativas
- 3.2.2. Reconhecimento efetivo
- 3.2.3. Reforçar a coesão da equipa?

3.3. Comunicação e resolução de conflitos

- 3.3.1. Comunicação inteligente
- 3.3.2. Gestão construtiva de conflitos
- 3.3.3. Estratégias de resolução de conflitos

3.4. A inteligência emocional na gestão de pessoas

- 3.4.1. Emoções, sentimentos e estados de espírito
- 3.4.2. Inteligência emocional
- 3.4.3. Modelo de capacidade (Mayer e Salovey): identificação, utilização, compreensão e gestão
- 3.4.4. Inteligência Emocional e seleção de pessoal

3.5. Indicadores na gestão de pessoas

- 3.5.1. Produtividades
- 3.5.2. Rotatividade do pessoal
- 3.5.3. Taxa de retenção do talento
- 3.5.4. Índice de satisfação do pessoal
- 3.5.5. Tempo médio de vagas por preencher
- 3.5.6. Tempo médio de capacitação
- 3.5.7. Tempo médio para atingir os objetivos
- 3.5.8. Níveis de absentismo
- 3.5.9. Acidentes de trabalho

3.6. Avaliação do desempenho

- 3.6.1. Componentes e ciclo de avaliação do desempenho
- 3.6.2. Avaliação 360º
- 3.6.3. Gestão do desempenho: um processo e um sistema
- 3.6.4. Gestão por objetivos
- 3.6.5. Funcionamento do processo de avaliação do desempenho

3.7. Plano de capacitação

- 3.7.1. Princípios fundamentais
- 3.7.2. Identificação de necessidades de capacitação
- 3.7.3. Plano de formação
- 3.7.4. Indicadores de formação e desenvolvimento

3.8. Identificação do potencial

- 3.8.1. O potencial
- 3.8.2. Competências suaves como iniciador chave de alto potencial
- 3.8.3. Metodologias para a identificação do potencial: avaliação da agilidade de aprendizagem (*Lominger*) e fatores de crescimento

3.9. O Mapa do Talento

- 3.9.1. Matriz George Odiorne-4 Caixas
- 3.9.2. Matriz de 9 caixas
- 3.9.3. Ações estratégicas para resultados eficazes em termos de talentos

3.10. Estratégia de desenvolvimento de talentos e ROI

- 3.10.1. 70-20-10 modelo de aprendizagem de competências transversais
- 3.10.2. Rotas de carreira/sucessão
- 3.10.3. ROI do talento

Módulo 4. Finanças empresariais Uma abordagem económica e financeira**4.1. A empresa no nosso ambiente**

- 4.1.1. Os custos de produção
- 4.1.2. Negócios em mercados competitivos
- 4.1.3. Concurso monopolista

4.2. Análise dos balanços financeiros I: o balanço

- 4.2.1. O ativo Recursos para CP e LP
- 4.2.2. O passivo Obrigações para CP e LP
- 4.2.3. Valor líquido Rentabilidade para os acionistas

4.3. Análise dos balanços financeiros II: a conta de resultados

- 4.3.1. Estrutura da Conta de Resultados Receitas, custos, despesas e resultados
- 4.3.2. Rácios-chave para analisar a declaração de rendimentos
- 4.3.3. Análise da rentabilidade

4.4. Gestão de tesouraria

- 4.4.1. Cobranças e pagamentos Previsão de *Cash-Forecast*
- 4.4.2. Impacto e gestão dos défices/excedentes de tesouraria Medidas corretivas
- 4.4.3. Análises de fluxos de efeitos
- 4.4.4. Gestão e impacto da carteira de crédito malparado

4.5. Fontes de financiamento da CP e LP

- 4.5.1. Financiamento À CP, instrumentos
- 4.5.2. Financiamento À LP, instrumentos
- 4.5.3. As taxas de juro e a sua estrutura

4.6. Interação entre as empresas e a banca

- 4.6.1. O sistema financeiro e o negócio bancário
- 4.6.2. Produtos bancários para empresas
- 4.6.3. A empresa analisada pela banca

4.7. Contabilidade analítica ou de custos

- 4.7.1. Elementos de custo Decisões baseadas nos custos
- 4.7.2. O *FullCosting*
- 4.7.3. O *Direct Costing*
- 4.7.4. Modelo de custos por centro e por atividade

4.8. Análise e avaliação de investimentos

- 4.8.1. A empresa e as decisões de investimento Cenários e situações
- 4.8.2. Avaliação de investimentos
- 4.8.3. Avaliação da empresa

4.9. Contabilidade de sociedades

- 4.9.1. Aumento e redução de capital
- 4.9.2. Dissolução, liquidação e transformação de sociedades
- 4.9.3. Combinações de empresas: fusões e aquisições

4.10. Finanças do Comércio Exterior

- 4.10.1. Mercados estrangeiros: a decisão de exportar
- 4.10.2. O mercado de divisas
- 4.10.3. Meios internacionais de pagamento e cobrança
- 4.10.4. Transporte, incoterms e seguros

Módulo 5. Desenho e desenvolvimento de produtos

5.1. QFD no *design* e desenvolvimento de produtos (*Quality Function Deployment*)

- 5.1.1. Da voz do cliente aos requisitos técnicos
- 5.1.2. A casa da qualidade/Fases para o seu desenvolvimento
- 5.1.3. Vantagens e limitações

5.2. *Design Thinking* (Pensamiento de Desenho)

- 5.2.1. Conceção, necessidade, tecnologia e estratégia
- 5.2.2. Etapas do processo
- 5.2.3. Técnicas e ferramentas utilizadas

5.3. Engenharia concorrente

- 5.3.1. Fundamentos de Engenharia Concorrente
- 5.3.2. Metodologia de Engenharia Concorrente
- 5.3.3. Ferramentas utilizadas

5.4. Programa Planeamento e definição

- 5.4.1. Requisitos Gestão da qualidade
- 5.4.2. Fases de desenvolvimento Gestão do tempo
- 5.4.3. Materiais, viabilidade, processos. Gestão de custos
- 5.4.4. Equipa de projeto Gestão dos recursos humanos
- 5.4.5. Informação Gestão das comunicações
- 5.4.6. Análise de riscos Gestão do risco

5.5. Produto O seu desenho (CAD) e desenvolvimento

- 5.5.1. Gestão da informação/PLM/ Ciclo de vida do produto
- 5.5.2. Modos e efeitos de falha do produto
- 5.5.3. Construção CAD Revisões
- 5.5.4. Plano de produto e fabrico
- 5.5.5. Verificação do desenho

5.6. Prototipagem O seu desenvolvimento

- 5.6.1. Prototipagem rápida
- 5.6.2. Plano de controlo
- 5.6.3. Desenho de experiências
- 5.6.4. Análises de sistemas de medida

5.7. Processo de produção Desenho e desenvolvimento

- 5.7.1. Modos e efeitos de falha do processo
- 5.7.2. Desenho e construção de ferramentas de fabrico
- 5.7.3. Conceção e construção de aparelhos de controlo (calibres)
- 5.7.4. Fase de ajustes
- 5.7.5. Entrada em produção
- 5.7.6. Avaliação inicial do processo

5.8. Produto e processo A sua validação

- 5.8.1. Avaliação dos sistemas de medição
- 5.8.2. Testes de validação
- 5.8.3. Controlo estatístico de processos (SPC)
- 5.8.4. Certificação de produtos

5.9. Gestão da mudança Melhorias e ações corretivas

- 5.9.1. Tipo de mudança
- 5.9.2. Análise de variabilidade, melhoria
- 5.9.3. Lições aprendidas e práticas comprovadas
- 5.9.4. Processo de mudança

5.10. Inovação e transferência de tecnologia

- 5.10.1. Propriedade intelectual
- 5.10.2. Inovação
- 5.10.3. Transferência tecnológica

Módulo 6. Planificação e controlo da produção**6.1. Fases do planeamento da produção**

- 6.1.1. Planeamento avançado
- 6.1.2. Previsão de vendas, métodos
- 6.1.3. Definição de *Takt-Time*
- 6.1.4. Plano de Material-MRP- Stock Mínimo
- 6.1.5. Plano de pessoal
- 6.1.6. Necessidades de equipamento

6.2. Plano de produção (PDP)

- 6.2.1. Fatores a ter em conta
- 6.2.2. Planeamento *Push*
- 6.2.3. Planeamento *Pull*
- 6.2.4. Sistemas mistos

6.3. Kanban

- 6.3.1. Tipos de Kanban
- 6.3.2. Usos do Kanban
- 6.3.3. Planeamento autónomo: 2bin Kanban

6.4. Controlo da produção

- 6.4.1. Desvios do PDP e relatórios
- 6.4.2. Monitorização do desempenho da produção: OEE
- 6.4.3. Monitorização da capacidade total: TEEP

6.5. Organização da produção

- 6.5.1. Equipa de produção
- 6.5.2. Engenharia de processos
- 6.5.3. Manutenção
- 6.5.4. Controlo de materiais

6.6. Manutenção Produtiva Total (TPM)

- 6.6.1. Manutenção corretiva
- 6.6.2. Manutenção autónoma
- 6.6.3. Manutenção preventiva
- 6.6.4. Manutenção preditiva
- 6.6.5. Indicadores de Eficiência de Manutenção
MTBF - MTTR

6.7. Distribuição em pisos

- 6.7.1. Fatores de condicionamento
- 6.7.2. Produção online
- 6.7.3. Produção em células de trabalho
- 6.7.4. Aplicações
- 6.7.5. Metodologia SLP

6.8. Just-In-Time (JIT)

- 6.8.1. Descrição e origens do JIT
- 6.8.2. Objetivos
- 6.8.3. Aplicações JIT Sequenciação de produtos

6.9. Teoria das restrições (TOC)

- 6.9.1. Princípios fundamentais
- 6.9.2. Os 5 passos do COT e a sua aplicação
- 6.9.3. Vantagens e desvantagens

6.10. Quick Response Manufacturing (QRM)

- 6.10.1. Descrição
- 6.10.2. Pontos-chave para a estruturação
- 6.10.3. Implementação de QRM

Módulo 7. Lean manufacturing

7.1. O pensamento LEAN

- 7.1.1. Estrutura do sistema LEAN
- 7.1.2. Os princípios de LEAN
- 7.1.3. *Lean* versus processos de fabrico tradicionais

7.2. Desperdícios nos negócios

- 7.2.1. Valor vs. Resíduos em ambientes LEAN
- 7.2.2. Tipos de resíduos (MUDAS)
- 7.2.3. O processo de pensamento LEAN

7.3. OS 5 S

- 7.3.1. 5S princípios e como eles podem ajudar a melhorar a produtividade
- 7.3.2. OS 5 S: Seiri, Seiton, Seiso, Seiso, Seiketsu e Shitsuke
- 7.3.3. Implementação 5S nas empresas

7.4. Ferramentas de diagnóstico LEAN Vsm. Mapa do fluxo de valores

- 7.4.1. Atividades de valor acrescentado (VA), atividades necessárias (NNVA) e atividades sem valor acrescentado (NVA)
- 7.4.2. As 7 ferramentas do *Value Stream mapping* (Mapa do fluxo de valores)
- 7.4.3. Mapeamento da atividade do processo
- 7.4.4. Mapeamento da resposta do *Supply chain*

- 7.4.5. O funil da variedade de produção
- 7.4.6. Mapeamento de filtros de qualidade
- 7.4.7. Mapeamento da amplificação da procura
- 7.4.8. Análise de pontos de decisão
- 7.4.9. Mapeamento da estrutura física

7.5. Ferramentas operativas LEAN

- 7.5.1. SMED
- 7.5.2. JIDOKA
- 7.5.3. POKAYOKE
- 7.5.4. Redução de lotes
- 7.5.5. POU S

7.6. Ferramentas LEAN para monitorização, planeamento e controlo da produção

- 7.6.1. Gerenciamento visual
- 7.6.2. Normalização
- 7.6.3. Nivelamento da produção (Heijunka)
- 7.6.4. Fabrico em células

7.7. O método Kaizen para o melhoramento contínuo

- 7.7.1. Princípios do Kaizen
- 7.7.2. Metodologias Kaizen: Kaizen Blitz, Gemba Kaizen, Kaizen Teian
- 7.7.3. Ferramentas de resolução de problemas *A3 report*
- 7.7.4. Principais obstáculos à implementação do Kaizen

7.8. Roteiro para a implementação LEAN

- 7.8.1. Aspectos gerais de implementação
- 7.8.2. Fases de Implementação
- 7.8.3. Tecnologias da informação na implementação LEAN
- 7.8.4. Fatores de sucesso na implementação LEAN

7.9. KPIs para medir o desempenho LEAN

- 7.9.1. OEE- Eficiência Global do Equipamentos
- 7.9.2. TEEP- Desempenho total efetivo do equipamento
- 7.9.3. FTT- Primeira qualidade
- 7.9.4. DTD- Tempo de Dock to Dock
- 7.9.5. OTD- Entrega a tempo
- 7.9.6. BTS- Fabricação de acordo com o programa
- 7.9.7. ITO- Taxa de rotação do inventário
- 7.9.8. RVA- Rácio de Valor Acrescentado
- 7.9.9. PPM- Peças por milhão de defeitos
- 7.9.10. FR- Taxa de desempenho de entrega
- 7.9.11. IFA - Índice de frequência de acidentes

7.10. A dimensão humana do LEAN Esquemas de participação do pessoal

- 7.10.1. A equipa no projeto LEAN Implementação do trabalho de equipa
- 7.10.2. Versatilidade dos operadores
- 7.10.3. Grupos de melhoria
- 7.10.4. Programas de sugestão

Módulo 8. Gestão da qualidade**8.1. Qualidade total**

- 8.1.1. Gestão da Qualidade Total
- 8.1.2. Clientes externos e internos
- 8.1.3. Os custos da qualidade
- 8.1.4. Melhoria Contínua e a filosofia Deming

8.2. Sistema de gestão de qualidade ISO 9001:15

- 8.2.1. 7 Princípios de Gestão da Qualidade ISO 9001:15
- 8.2.2. A abordagem do processo
- 8.2.3. Requisitos Normas ISO 9001: 9001
- 8.2.4. Etapas e recomendações para a implementação
- 8.2.5. Alvos de implantação num modelo do tipo *Hoshin-Kanri*
- 8.2.6. Auditoria de certificação

8.3. Sistemas Integrados de gestão

- 8.3.1. Sistema de Gestão Ambiental: ISO 14000
- 8.3.2. Sistema de gestão de riscos profissionais: ISO 45001
- 8.3.3. Integração de Sistemas de Gestão

8.4. Excelência na gestão: modelo EFQM

- 8.4.1. Princípios e fundamentos do modelo EFQM
- 8.4.2. Os novos critérios do modelo EFQM
- 8.4.3. Ferramenta de diagnóstico EFQM: matrizes REDER

8.5. Ferramentas da qualidade

- 8.5.1. Os instrumentos básicos
- 8.5.2. SPC Controlo estatístico de processos
- 8.5.3. Plano de Controlo e Diretrizes de Controlo para a Gestão da Qualidade dos Produtos

8.6. Ferramentas Avançadas e Ferramentas de Resolução de Problemas

- 8.6.1. AMFE:
- 8.6.2. Informe 8D
- 8.6.3. Os 5 Porquês?
- 8.6.4. Os 5W + 2H
- 8.6.5. *Benchmarking*

8.7. Metodologia de Melhoria Contínua I: PDCA

- 8.7.1. O Ciclo PDCA e as suas Etapas
- 8.7.2. Aplicação do Ciclo PDCA ao desenvolvimento do *Lean Manufacturing*
- 8.7.3. Chaves para projetos PDCA de sucesso

8.8. Metodologia de Melhoramento Contínuo II: Six-Sigma

- 8.8.1. Descrição do Six-Sigma
- 8.8.2. Princípios do Six-Sigma
- 8.8.3. Seleção de projetos Six-Sigma
- 8.8.4. Etapas de um projeto Six-Sigma. Metodologia DMAIC
- 8.8.5. Papéis no Six-Sigma
- 8.8.6. Six-Sigma e *Lean Manufacturing*

8.9. Fornecedores de Qualidade Auditorias Testes e Laboratório

- 8.9.1. Qualidade da receção Qualidade Concertada
- 8.9.2. Sistema de Gestão de Auditorias Internas
- 8.9.3. Auditorias de produtos e processos
- 8.9.4. Fases para a realização de Auditorias
- 8.9.5. Perfil do auditor
- 8.9.6. Testes, Laboratório e Metrologia

8.10. Planificação da Gestão da Qualidade

- 8.10.1. O papel da Direção na Gestão da Qualidade
- 8.10.2. Organização da Área da Qualidade e a relação com outras Áreas
- 8.10.3. Os Círculos de Qualidade

Módulo 9. A função logística, chave para competir

9.1. A função logística e a cadeia de abastecimento

- 9.1.1. A logística é a chave para o sucesso de uma empresa
- 9.1.2. Desafios da logística
- 9.1.3. Principais atividades logísticas Como obter valor a partir da função logística
- 9.1.4. Tipos de cadeia de abastecimento
- 9.1.5. Conceção e gestão da cadeia de abastecimento
- 9.1.6. Custos da função logística

9.2. Estratégias de otimização em logística

- 9.2.1. Estratégia de *cross-docking*
- 9.2.2. Aplicação de uma metodologia ágil à gestão logística
- 9.2.3. *Outsourcing* de processos logísticos
- 9.2.4. O *picking* ou recolha eficiente de encomendas

9.3. LEAN Logistics

- 9.3.1. *LEAN Logistics* na gestão da cadeia de abastecimento
- 9.3.2. Análise de desperdícios na cadeia logística
- 9.3.3. Aplicação de um sistema lean na gestão da cadeia de abastecimento

9.4. Gestão e automatização de armazéns

- 9.4.1. O papel dos armazéns
- 9.4.2. A gestão de um armazém
- 9.4.3. Gestão de stocks
- 9.4.4. Tipologia dos armazéns
- 9.4.5. Unidades de carga
- 9.4.6. Organização de um armazém
- 9.4.7. Equipamento de armazenamento e manuseamento

9.5. Gestão de aprovisionamento

- 9.5.1. O papel da distribuição como parte essencial da logística Logística interna vs. Logística externa
- 9.5.2. A relação tradicional com os fornecedores
- 9.5.3. O novo paradigma das relações com fornecedores
- 9.5.4. Como classificar e selecionar os nossos fornecedores?
- 9.5.5. Como desenvolver uma gestão de aprovisionamento eficaz?

9.6. Sistemas de informação e controlo logístico

- 9.6.1. Requisitos de um sistema de informação e controlo logístico
- 9.6.2. 2 tipos de Sistemas de informação e controlo logístico
- 9.6.3. Aplicações da *Big Data* na gestão logística
- 9.6.4. A importância os dados na gestão logística
- 9.6.5. O *balanced scorecard* aplicado à logística Principais indicadores de gestão e controlo

9.7. Logística inversa

- 9.7.1. Logística inversa
- 9.7.2. Fluxos logísticos inversos vs. Direta
- 9.7.3. Operações no âmbito da logística inversa
- 9.7.4. Como implementar um canal de distribuição invertido?
- 9.7.5. Alternativas finais para produtos no canal inverso
- 9.7.6. Logística inversa

9.8. Novas estratégias logísticas

- 9.8.1. Inteligência artificial e robotização
- 9.8.2. Logística verdes e sustentabilidade
- 9.8.3. Internet das coisas aplicadas à logística
- 9.8.4. O armazém digitalizado
- 9.8.5. *E-business* e novos modelos de distribuição
- 9.8.6. A importância da logística da última milha

9.9. Benchmarking das cadeias de abastecimento

- 9.9.1. Cadeia de valores comuns de sucesso
- 9.9.2. Análise da cadeia de valor do Grupo Inditex
- 9.9.3. Análise da cadeia de valor Amazon

9.10. A logística da pandemia

- 9.10.1. Cenário geral
- 9.10.2. Questões críticas da cadeia de abastecimento num cenário pandémico
- 9.10.3. Implicações dos requisitos da cadeia de frio para o estabelecimento da cadeia de abastecimento da vacina
- 9.10.4. Tipos de cadeias de abastecimento para a distribuição de vacinas

Módulo 10. Indústria 4.0 e Business Intelligence A empresa digitalizada**10.1. Automatização industrial e robótica**

- 10.1.1. Fases de automatização de processos
- 10.1.2. *Hardware* industrial para automação e robótica
- 10.1.3. O ciclo de trabalho e a sua programação *Software*

10.2. Automatização de processos: RPA

- 10.2.1. Processos administrativos automatizáveis
- 10.2.2. Estrutura do software
- 10.2.3. Exemplos de aplicação

10.3. Sistemas MES, SCADA, CMMS, WMS, MRPII

- 10.3.1. Controlo de produção com sistemas MES
- 10.3.2. Engenharia e Manutenção: SCADA E CMMS
- 10.3.3. Aprovisionamento e Logística: SGA E MPRII

10.4. Software de *Business Intelligence*

- 10.4.1. Noções básicas de BI
- 10.4.2. Estrutura do software
- 10.4.3. Possibilidades da sua implementação

10.5. Software ERP

- 10.5.1. Descrição do ERP
- 10.5.2. Âmbito de utilização
- 10.5.3. Os principais ERPs no mercado

10.6. IoT e *Business Intelligence*

- 10.6.1. IoT: o mundo conectado
- 10.6.2. Fontes de dados
- 10.6.3. Controlo total através de IoT + BI
- 10.6.4. *Blockchain*

10.7. Principal software de BI no mercado

- 10.7.1. *Power Bi*
- 10.7.2. *Qlik*
- 10.7.3. *Tableau*

10.8. *Microsoft Power Bi*

- 10.8.1. Características
- 10.8.2. Exemplos de aplicação
- 10.8.3. O futuro do *Power Bi*

10.9. *Machine Learning*, inteligência artificial, otimização e previsão na empresa

- 10.9.1. *Machine learning* e Inteligência Artificial
- 10.9.2. Otimização do processo
- 10.9.3. A importância do *Forecasting* baseada em dados

10.10. *Big Data* aplicado ao ambiente empresarial

- 10.10.1. Aplicações no ambiente de produção
- 10.10.2. Aplicações a nível de gestão estratégica
- 10.10.3. Aplicações de marketing e vendas

Módulo 11. Liderança Ética e Responsabilidade Social das Empresa

11.1. Globalização e Governança

- 11.1.1. Governança e Governo Corporativo
- 11.1.2. Fundamentos do Governo Corporativo nas empresas
- 11.1.3. O Papel do Conselho de Administração no quadro do Governo Corporativo

11.2. Liderança

- 11.2.1. Liderança Uma abordagem conceptual
- 11.2.2. Liderança nas empresas
- 11.2.3. A importância do líder na gestão de empresas

11.3. Cross Cultural Management

- 11.3.1. Conceito de *Cross Cultural Management*.
- 11.3.2. Contribuições para o Conhecimento das Culturas Nacionais
- 11.3.3. Gestão da Diversidade

11.4. Desenvolvimento executivo e liderança

- 11.4.1. Conceito de Desenvolvimento Executivo
- 11.4.2. Conceito de liderança
- 11.4.3. Teorias de liderança
- 11.4.4. Estilos de liderança
- 11.4.5. Inteligência na liderança
- 11.4.6. Os desafios da liderança nos dias de hoje

11.5. Ética empresarial

- 11.5.1. Ética e Moral
- 11.5.2. Ética Empresarial
- 11.5.3. Liderança e ética nas empresas

11.6. Sustentabilidade

- 11.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 11.6.2. Agenda 2030
- 11.6.3. Empresas sustentáveis

11.7. Responsabilidade Social da Empresa

- 11.7.1. Dimensão internacional da Responsabilidade Social das Empresas
- 11.7.2. Implementação da Responsabilidade Social da Empresa
- 11.7.3. Impacto e medição da Responsabilidade Social das Empresas

11.8. Sistemas e ferramentas de Gestão Responsável

- 11.8.1. RSE: Responsabilidade social empresarial
- 11.8.2. Aspectos essenciais para implementar uma estratégia de gestão responsável
- 11.8.3. Passos para a implementação de um sistema de gestão da responsabilidade social das empresas
- 11.8.4. Ferramentas e Padrões da RSE

11.9. Multinacionais e direitos humanos

- 11.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 11.9.2. Empresas Multinacionais perante o direito internacional
- 11.9.3. Instrumentos jurídicos para as multinacionais no domínio dos direitos humanos

11.10. Meio legal e Corporate Governance

- 11.10.1. Normas Internacionais de importação e exportação
- 11.10.2. Propriedade intelectual e industrial
- 11.10.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 12. Gestão de Pessoas e Gestão de Talentos**12.1. Direção Estratégica de pessoas**

- 12.1.1. Direção Estratégica e recursos humanos
- 12.1.2. Gestão estratégica de pessoas

12.2. Gestão de recursos humanos baseada na competência

- 12.2.1. Análise do potencial
- 12.2.2. Política de remuneração
- 12.2.3. Planejamento de carreira/sucessão

12.3. Avaliação do desempenho e gestão do desempenho

- 12.3.1. Gestão de desempenho
- 12.3.2. Gestão do desempenho: objetivos e processo

12.4. Inovação na gestão de talentos e pessoas

- 12.4.1. Modelos estratégicos de gestão de talentos
- 12.4.2. Identificação, formação e desenvolvimento de talentos
- 12.4.3. Fidelização e retenção
- 12.4.4. Proatividade e inovação

12.5. Motivação

- 12.5.1. A natureza da motivação
- 12.5.2. Teoria das expectativas
- 12.5.3. Teorias das necessidades
- 12.5.4. Motivação e compensação financeira

12.6. Desenvolvimento de equipas de alto desempenho

- 12.6.1. Equipas de elevado desempenho: equipas autogeridas
- 12.6.2. Metodologias para a gestão de equipas autogeridas de alto desempenho

12.7. Gestão da mudança

- 12.7.1. Gestão da mudança
- 12.7.2. Desenvolvimento de sistemas de gestão de mudança
- 12.7.3. Etapas ou fases da gestão da mudança

12.8. Negociação e gestão de conflitos

- 12.8.1. Negociação
- 12.8.2. Gestão de Conflitos
- 12.8.3. Gestão de Crises

12.9. Comunicação executiva

- 12.9.1. Comunicação interna e externa no ambiente empresarial
- 12.9.2. Departamentos de Comunicação
- 12.9.3. O responsável da comunicação da empresa. O perfil do DirCom

12.10. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos

- 12.10.1. Produtividade
- 12.10.2. Alavancas de atração e retenção de talentos

Módulo 13. Gestão Económica-financeira

13.1. Enquadramento Económico

- 13.1.1. Enquadramento macroeconómico e sistema financeiro nacional
- 13.1.2. Instituições financeiras
- 13.1.3. Mercados financeiros
- 13.1.4. Ativos financeiros
- 13.1.5. Outras entidades do setor financeiro

13.2. Contabilidade Diretiva

- 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 Declaração de Rendimentos

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 do 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 Operacional
- 13.4.5. Orçamento de Tesouraria
- 13.4.6. Controlo orçamental

13.5. Gestão Financeira

- 13.5.1. As decisões financeiras da empresa
- 13.5.2. O departamento financeiro
- 13.5.3. Excedentes de tesouraria
- 13.5.4. Riscos associados à gestão financeira
- 13.5.5. Gestão de riscos da gestão financeira

13.6. Planeamento Financeiro

- 13.6.1. Definição de planeamento financeiro
- 13.6.2. Ações a realizar no planeamento financeiro
- 13.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial
- 13.6.4. O quadro *Cash Flow*
- 13.6.5. O quadro do ativo circulante

13.7. Estratégia Financeira Empresarial

- 13.7.1. Estratégia empresarial e fontes de financiamento
- 13.7.2. Produtos financeiros para empresas

13.8. Financiamento Estratégico

- 13.8.1. Autofinanciamento
- 13.8.2. Aumento dos fundos próprios
- 13.8.3. Recursos híbridos
- 13.8.4. Financiamento através de intermediários

13.9. Análise e planeamento financeiro

- 13.9.1. Análise do Balanço de Situação
- 13.9.2. Análise da Conta de Resultados
- 13.9.3. Análise da Rentabilidade

13.10. Análise e resolução de casos/problemas

- 13.10.1. Informação financeira da Industria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 14. Gestão comercial e marketing estratégico**14.1. Gestão comercial**

- 14.1.1. Marco conceptual da Gestão comercial
- 14.1.2. Estratégia e planeamento empresarial
- 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 na empresa

14.3. Gestão Estratégica de 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 utilizados
- 14.4.3. Comércio eletrónico. Contexto geral
- 14.4.4. Categorias do comércio eletrónico
- 14.4.5. Vantagens e desvantagens do *Ecommerce* versus o 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*

14.6. Marketing digital para captar e fidelizar clientes

- 14.6.1. Estratégias de fidelização e envolvimento 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. Passos 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 Empresarial

- 14.9.1. Conceito
- 14.9.2. Importância da comunicação na organização
- 14.9.3. Tipo de comunicação na organização
- 14.9.4. Funções da comunicação na organização
- 14.9.5. Elementos da comunicação
- 14.9.6. Problemas da comunicação
- 14.9.7. Cenários da comunicação

14.10. Comunicação e reputação digital

- 14.10.1. A 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. Gestão Diretiva

15.1. General Management

- 15.1.1. Conceito de General Management
- 15.1.2. A ação do Diretor Geral
- 15.1.3. O Diretor Geral e as suas funções
- 15.1.4. Transformação do trabalho da Direção

15.2. O gestor e as suas funções A cultura organizacional e as suas abordagens

- 15.2.1. O gestor e as suas funções A cultura organizacional e as suas abordagens

15.3. Gestão de operações

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

15.4. Oratória e capacitação de porta-voz

- 15.4.1. Comunicação interpessoal
- 15.4.2. Capacidade de comunicação e influência
- 15.4.3. Barreiras na comunicação

15.5. Ferramentas de comunicação pessoais e organizacionais

- 15.5.1. A comunicação interpessoal
- 15.5.2. Ferramentas da comunicação interpessoal
- 15.5.3. A comunicação nas organizações
- 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 potenciais 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 da construção de marca pessoal

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



“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos desenvolvimentos neste domínio para aplicá-los à sua prática quotidiana”

07

Metodologia do estudo

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

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



“

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

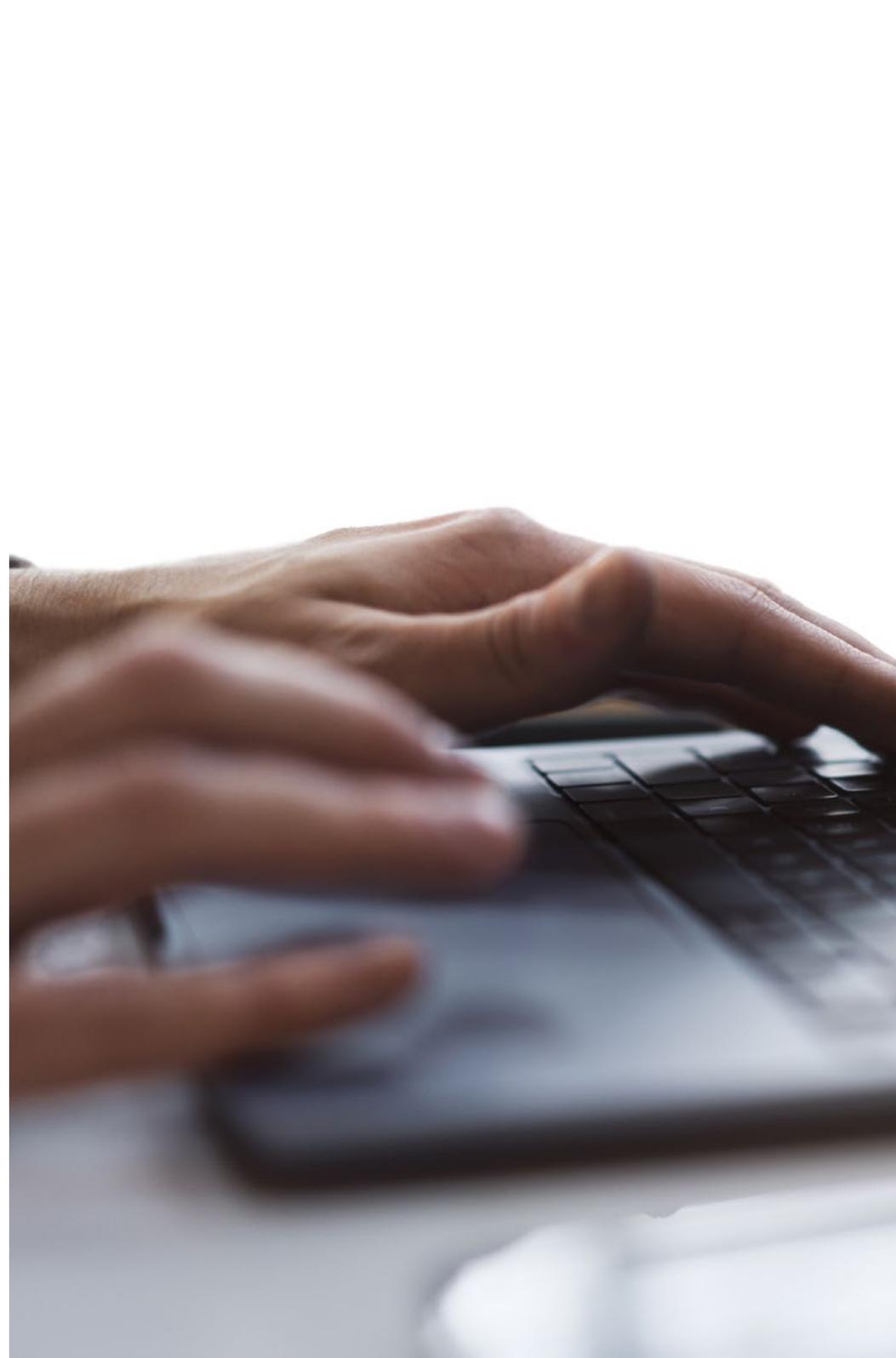
O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

Na metodologia de estudo da TECH, o aluno é o protagonista absoluto. As ferramentas pedagógicas de cada programa foram selecionadas tendo em conta as exigências de tempo, disponibilidade e rigor académico que, atualmente, os estudantes de hoje, bem como os empregos mais competitivos do mercado.

Com o modelo educativo assíncrono da TECH, é o aluno que escolhe quanto tempo passa a estudar, como decide estabelecer as suas rotinas e tudo isto a partir do conforto do dispositivo eletrónico da sua escolha. O estudante não tem de assistir às aulas presenciais, que muitas vezes não pode frequentar. As atividades de aprendizagem serão realizadas de acordo com a sua conveniência. Poderá sempre decidir quando e de onde estudar.

“

*Na TECH NÃO terá aulas ao vivo
(às quais nunca poderá assistir)”*



Os programas de estudo mais completos a nível internacional

A TECH caracteriza-se por oferecer os programas académicos mais completos no meio universitário. Esta abrangência é conseguida através da criação de programas de estudo que cobrem não só os conhecimentos essenciais, mas também as últimas inovações em cada área.

Ao serem constantemente atualizados, estes programas permitem que os estudantes acompanhem as mudanças do mercado e adquiram as competências mais valorizadas pelos empregadores. Deste modo, os programas da TECH recebem uma preparação completa que lhes confere uma vantagem competitiva significativa para progredirem nas suas carreiras.

E, além disso, podem fazê-lo a partir de qualquer dispositivo, PC, tablet ou smartphone.

“

O modelo da TECH é assíncrono, pelo que pode estudar com o seu PC, tablet ou smartphone onde quiser, quando quiser, durante o tempo que quiser”

Case studies ou Método do caso

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais utilizado pelas melhores escolas de gestão do mundo. Criada em 1912 para que os estudantes de direito não aprendessem apenas o direito com base em conteúdos teóricos, a sua função era também apresentar-lhes situações complexas da vida real. Poderão então tomar decisões informadas e fazer juízos de valor sobre a forma de os resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Com este modelo de ensino, é o próprio aluno que constrói a sua competência profissional através de estratégias como o *Learning by doing* ou o *Design Thinking*, utilizadas por outras instituições de renome, como Yale ou Stanford.

Este método orientado para a ação será aplicado ao longo de todo o curso académico do estudante com a TECH. Desta forma, será confrontado com múltiplas situações da vida real e terá de integrar conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender as suas ideias e decisões. A premissa era responder à questão de saber como agiriam quando confrontados com acontecimentos específicos de complexidade no seu trabalho quotidiano.



Método *Relearning*

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

Este método rompe com as técnicas tradicionais de ensino para colocar o aluno no centro da equação, fornecendo os melhores conteúdos em diferentes formatos. Desta forma, consegue rever e reiterar os conceitos-chave de cada disciplina e aprender a aplicá-los num ambiente real.

Na mesma linha, e de acordo com múltiplas investigações científicas, a repetição é a melhor forma de aprender. Por conseguinte, a TECH oferece entre 8 e 16 repetições de cada conceito-chave na mesma aula, apresentadas de forma diferente, a fim de garantir que o conhecimento seja totalmente incorporado durante o processo de estudo.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e maior desempenho, envolvendo-o mais na sua especialização, desenvolvendo um espírito crítico, a defesa de argumentos e o confronto de opiniões: uma equação que o leva diretamente ao sucesso.



Um Campus Virtual 100% online com os melhores recursos didáticos

Para aplicar eficazmente a sua metodologia, a TECH concentra-se em fornecer aos licenciados materiais didáticos em diferentes formatos: textos, vídeos interativos, ilustrações e mapas de conhecimento, entre outros. Todos eles são concebidos por professores qualificados que centram o seu trabalho na combinação de casos reais com a resolução de situações complexas através da simulação, o estudo de contextos aplicados a cada carreira profissional e a aprendizagem baseada na repetição, através de áudios, apresentações, animações, imagens, etc.

Os últimos dados científicos no domínio da neurociência apontam para a importância de ter em conta o local e o contexto em que o conteúdo é acedido antes de iniciar um novo processo de aprendizagem. A possibilidade de ajustar estas variáveis de forma personalizada ajuda as pessoas a recordar e a armazenar conhecimentos no hipocampo para retenção a longo prazo. Trata-se de um modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que é conscientemente aplicado neste curso universitário.

Por outro lado, também com o objetivo de favorecer ao máximo o contato mentor-mentorando, é disponibilizada uma vasta gama de possibilidades de comunicação, tanto em tempo real como em diferido (mensagens internas, fóruns de discussão, serviço telefónico, contacto por correio eletrónico com o secretariado técnico, chat, videoconferência, etc.).

Da mesma forma, este Campus Virtual muito completo permitirá aos estudantes da TECH organizar os seus horários de estudo em função da sua disponibilidade pessoal ou das suas obrigações profissionais. Desta forma, terão um controlo global dos conteúdos académicos e das suas ferramentas didáticas, em função da sua atualização profissional acelerada.



O modo de estudo online deste programa permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário”

A eficácia do método justifica-se com quatro resultados fundamentais:

1. Os alunos que seguem este método não só conseguem a assimilação de conceitos, como também o desenvolvimento da sua capacidade mental, através de exercícios que avaliam situações reais e a aplicação de conhecimentos.
2. A aprendizagem traduz-se solidamente em competências práticas que permitem ao aluno uma melhor integração do conhecimento na prática diária.
3. A assimilação de ideias e conceitos é facilitada e mais eficiente, graças à utilização de situações que surgiram a partir da realidade.
4. O sentimento de eficiência do esforço investido torna-se um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz num maior interesse pela aprendizagem e num aumento da dedicação ao Curso.

A metodologia universitária mais bem classificada pelos seus alunos

Os resultados deste modelo académico inovador estão patentes nos níveis de satisfação global dos alunos da TECH.

A avaliação dos alunos sobre a qualidade do ensino, a qualidade dos materiais, a estrutura e os objetivos do curso é excelente. Não é de surpreender que a instituição se tenha tornado a universidade mais bem classificada pelos seus estudantes na plataforma de avaliação Trustpilot, com uma pontuação de 4,9 em 5.

Aceder aos conteúdos de estudo a partir de qualquer dispositivo com ligação à Internet (computador, tablet, smartphone) graças ao fato de a TECH estar na vanguarda da tecnologia e do ensino.

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



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



Material de estudo

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

Estes conteúdos são então aplicados ao formato audiovisual que criará a nossa forma de trabalhar online, com as mais recentes técnicas que nos permitem oferecer-lhe a maior qualidade em cada uma das peças que colocaremos ao seu serviço.



Estágios de aptidões e competências

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



Resumos interativos

Apresentamos os conteúdos de forma atrativa e dinâmica em ficheiros multimédia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceptuais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi galardoado pela Microsoft como uma "Caso de sucesso na Europa"



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso, diretrizes internacionais... Na nossa biblioteca virtual, terá acesso a tudo o que precisa para completar a sua formação.





Case Studies

Será realizada uma seleção dos melhores *case studies* na área; Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas do panorama internacional.



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente os seus conhecimentos ao longo de todo o programa. Fazemo-lo em 3 dos 4 níveis da Pirâmide de Miller.



Masterclasses

Existe evidência científica acerca da utilidade da observação por especialistas terceiros. O que se designa de *Learning from an expert* fortalece o conhecimento e a memória, e cria a confiança em futuras decisões difíceis.



Guias práticos

A TECH oferece os conteúdos mais relevantes do curso sob a forma de fichas de trabalho ou de guias de ação rápida. Uma forma sintética, prática e eficaz de ajudar o aluno a progredir na sua aprendizagem.



08

O perfil dos nossos alunos

Este Executive Master é indicado para engenheiros e licenciados experientes que queiram aprofundar e atualizar-se em todos os aspetos necessários a ter em conta para a gestão adequada de uma empresa industrial. Os estudantes provenientes destas licenciaturas devem ter uma base de conhecimentos suficiente para tirar os módulos do plano de estudos. Desta forma, o Executive Master também pode ser feito por profissionais que sendo licenciados universitários em qualquer área, tenham dois anos de experiência de trabalho no campo de MBA em Gestão Industrial.



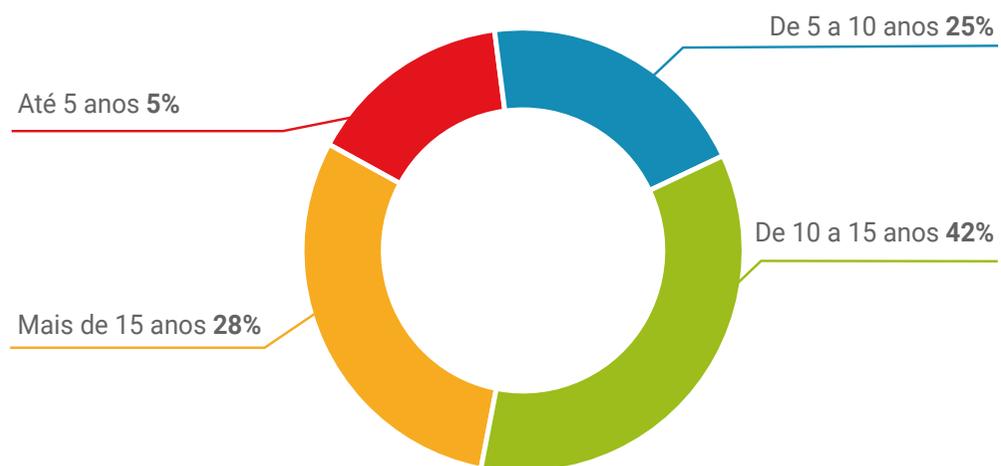
“

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

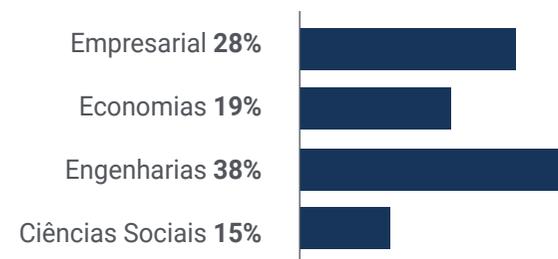
Idade média

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

Anos de experiência



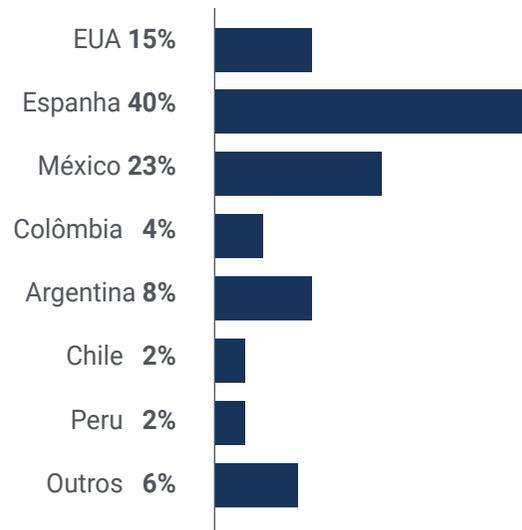
Formação



Perfil acadêmico



Distribuição geográfica



Adriana Sánchez

Project manager

"Graças a este Executive Master pude alargar os meus conhecimentos numa área fundamental para o meu desenvolvimento profissional. Sem dúvida, tem sido uma oportunidade única para melhorar a minha prática diária e alcançar a aprendizagem necessária para aplicar novas técnicas no meu trabalho"

09

Direção do curso

O pessoal docente do programa inclui especialistas líderes em todos os aspetos da gestão de projetos e de MBA em Gestão Industrial, que trazem a experiência dos seus anos de trabalho para este programa. Além disso, participam no seu design e elaboração, outros especialistas de reconhecido prestígio em áreas afins que completam o Executive Master de forma interdisciplinar, tornando-o, assim, numa experiência única e altamente enriquecedora a nível académico para o aluno.



“

Aprender com os principais profissionais as últimas tendências em MBA no Gestão Industrial e tornar-se um especialista na matéria"

Diretor Internacional Convidado

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

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento na Mastercard**, é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da incorporação de talento, colaborando com os líderes empresariais e os responsáveis pelos **Recursos Humanos** para cumprir os objetivos operacionais e estratégicos

de recrutamento. Em particular, tem por objetivo **criar equipas diversificadas, inclusivas e de alto rendimento** que promovem a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. É também uma especialista na utilização de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. É também responsável por **amplificar a marca do empregador** e a proposta de valor de **Mastercard** através de publicações, eventos e redes sociais.

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

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



Sra. Jennifer Dove

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

“

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

Diretor Internacional Convidado

Líder tecnológico com décadas de experiência nas multinacionais líderes no sector da tecnologia, Rick Gauthier desenvolveu-se de forma notável no domínio dos serviços na nuvem e melhoria de processos de ponta a ponta. Foi reconhecido como um líder e gestor de equipas altamente eficiente, demonstrando um talento natural para assegurar um elevado nível de empenho entre os seus empregados.

Tem um dom inato para a estratégia e a inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando o seu sucesso com dados de qualidade. A sua carreira na Amazon permitiu-lhe gerir e integrar os serviços informáticos da empresa nos Estados Unidos. Na Microsoft liderou uma equipa de 104 pessoas, responsável pelo fornecimento de infraestruturas de TI a toda a empresa e pelo apoio aos departamentos de engenharia de produtos em toda a empresa.

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



Sr. Rick Gauthier

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

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos desenvolvimentos neste domínio para aplicá-los à sua prática quotidiana"

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é uma especialista de renome internacional com mais de duas décadas de experiência em **Transformação Digital, Marketing, Estratégia e Consultoria**. Ao longo da sua longa carreira, assumiu diferentes riscos e é um permanente **defensor da inovação e a mudança** no ambiente empresarial. Com essa experiência, tem trabalhado com diretores executivos e organizações empresariais em todo o mundo, levando-os a afastarem-se dos modelos de negócio tradicionais. Assim, ajudou empresas como a energética Shell a tornarem-se **verdadeiros líderes de mercado**, centradas em seus clientes e o **mundo digital**.

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

Além disso, na sua carreira profissional, cultivou e **liderou equipas com elevado desempenho** que até receberam prémios pelo seu trabalho no **potencial transformador**. No caso da Shell, em particular, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: dar resposta à complexa **demandas de descarbonização** de clientes, apoiar uma “**descarbonização rentável**” e **revisar** uma imagem fragmentada de **dados, digital e tecnológico**. Assim, os seus esforços demonstraram que, para alcançar um sucesso sustentável, é essencial partir das necessidades dos consumidores e lançar as bases para a transformação dos processos, dos dados, da tecnologia e da cultura.

Por outro lado, o diretor distingue-se pelo seu domínio das **aplicações empresariais da Inteligencia Artificial**, em que possui um diploma de pós-graduação da London Business School. Ao mesmo tempo, acumulou experiência em **IoT e o Salesforce**.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Corporação Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de E-Commerce e Atendimento ao Cliente na Corporação Energética Shell
- Gestor Nacional de Contas-Chave (fabricantes de equipes originais e minoristas de automação) para a Shell em Kuala Lumpur, Malásia
- Consultor de Gestão sénior (sector dos serviços financeiros) para a Accenture de Singapura
- Licenciatura pela Universidade de Leeds
- Diploma de Pós-Graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos pela Escola de Negócios de Londres
- Certificação CCXP para profissionais de experiência do cliente
- Curso de Transformação Digital Executiva do IMD

“

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

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um **profissional experiente** em gestão de dados e líder de uma equipa altamente qualificada. De fato, Arens ocupa o cargo de **gestor global de compras** na divisão de Infra-estruturas Técnicas e Centros de Dados da Google, onde passou a maior parte da sua carreira. Com sede em Mountain View, Califórnia, forneceu soluções para os desafios operacionais do gigante tecnológico, tais como **integridade dos dados principais, as actualizações**

dos dados dos fornecedores e a **priorização** dos mesmos. Liderou o planeamento da cadeia de fornecimento de centros de dados e a avaliação de riscos de fornecedores, conduzindo a melhorias de processos e à gestão do fluxo de trabalho que resultaram em poupanças de custos significativas.

Com mais de uma década de trabalho no fornecimento de soluções digitais e liderança para empresas em diversos sectores, tem uma vasta experiência em todos os aspectos do fornecimento de soluções estratégicas, incluindo **Marketing, análise dos media, medição e atribuição**. De facto, recebeu vários prémios pelo seu trabalho, incluindo o **Prémio de Liderança BIM, o Prémio de Liderança de Pesquisa, Prémio do Programa de Geração de Chumbo para Exportação** e o **Prémio para o melhor modelo de vendas da EMEA**.

Arens foi também **Gerente de Ventas** em Dublin, Irlanda. Nesta função, criou uma equipa de 4 para 14 membros em três anos e levou a equipa de vendas a alcançar resultados e a colaborar bem entre si e com equipas multifuncionais. Também trabalhou como **Analista Sénior** de Indústria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes, utilizando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveram e redigiram relatórios aprofundados para demonstrar o seu domínio do assunto, incluindo a compreensão dos **factores macroeconómicos e políticos/regulamentares** que afetam a adoção e difusão de tecnologias.

Também liderou equipas em empresas como **Eaton, Airbus e Siemens**, onde adquiriu uma experiência valiosa na gestão de contas e da cadeia de abastecimento. É particularmente conhecido pelo seu trabalho para exceder continuamente as expectativas, **construindo relações valiosas com os clientes e trabalhando sem problemas com pessoas a todos os níveis de uma organização**, incluindo partes interessadas, gestão, membros da equipa e clientes. A sua abordagem orientada para os dados e a sua capacidade para desenvolver soluções inovadoras e expansíveis para os desafios do sector tornaram-no um líder proeminente no seu domínio.



Sr. Manuel Arens

- Gestor global de aquisições na Google, Mountain View, EUA
- Responsável principal de Análise e Tecnologia B2B, Google, EUA
- Diretor de vendas na Google, Irlanda
- Analista industrial sénior na Google, Alemanha
- Gestor de contas Google, Irlanda
- Accounts Payable em Eaton, Reino Unido
- Gestor da Cadeia de Abastecimento na Airbus, Alemanha

“

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

Diretor Internacional Convidado

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

Os resultados deste gestor internacional de alto nível internacional estão ligados à sua capacidade comprovada de sintetizar a informação em quadros claros e executar ações concretas alinhadas a objetivos comerciais específicos. Além disso, é reconhecido pela sua proatividade e capacidade de adaptação a um ritmo acelerado de trabalho. A tudo isto, este especialista acrescenta uma forte consciência comercial, visão de mercado e uma verdadeira paixão pelos produtos.

Como Diretor Global de Marca e Merchandising na Giorgio Armani, supervisionou várias estratégias de marketing para roupa e acessórios. Além disso, as suas táticas têm-se centrado nas necessidades e no comportamento dos retalhistas e dos consumidores.. Neste cargo, La Sala foi também responsável pela conceção da comercialização de produtos em diferentes mercados, actuando como chefe de equipa nos departamentos de Design, Comunicação e Vendas.

Por outro lado, em empresas como Calvin Klein ou o Gruppo Coin, realizou projetos para impulsionar a estrutura, o desenvolvimento e a comercialização de diferentes coleções.. Ao mesmo tempo, foi encarregado de criar calendários eficazes para as campanhas de compra e venda. Foi também responsável pelas condições, custos, processos e prazos de entrega de várias operações.

Estas experiências fizeram de Andrea La Sala um dos principais e mais qualificados líderes empresariais no sector da Moda e do Luxo. Uma elevada capacidade de gestão que lhe permitiu implementar eficazmente o posicionamento positivo de diferentes marcas redefinir os seus os seus indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. Andrea La Sala

- Diretora Global de Marca e Merchandising Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretora de Merchandising em Calvin Klein
- Responsável de Marca no Gruppo Coin
- Brand Manager na Dolce&Gabbana
- Brand Manager na Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de mercado na Fastweb
- Licenciatura em Business and Economics na Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

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

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinónimo de inovação e excelência no domínio do Business Intelligence a nível internacional. A sua carreira de sucesso está ligada a posições de liderança em multinacionais como a Walmart e a Red Bull. É também conhecido pela sua visão na identificação de tecnologias emergentes que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente empresarial.

Por outro lado, o executivo é considerado pioneiro na utilização de técnicas de visualização de dados que simplificaram conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitando a tomada de decisões. Esta competência tornou-se o pilar do seu perfil profissional, transformando-o numa mais-valia desejada por muitas organizações empenhadas em recolher informações e em gerar acções concretas com base nelas.

Um dos seus projectos mais proeminentes nos últimos anos tem sido a plataforma Walmart Data Cafe, a maior do seu género no mundo, ancorada na nuvem para análise de Big Data. Ocupou também o cargo de Diretor de Business Intelligence na Red Bull, abrangendo áreas como Vendas, Distribuição, Marketing e Operações da Cadeia de Abastecimento. A sua equipa foi recentemente reconhecida pela sua constante inovação na utilização da nova API do Walmart Luminare para obter informações sobre compradores e canais.

Quanto à sua formação, o executivo tem vários mestrados e pós-graduações em centros de prestígio como a Universidade de Berkeley, nos Estados Unidos, e a Universidade de Copenhaga, na Dinamarca. Através desta atualização contínua, o perito adquiriu as competências mais avançadas. Como tal, passou a ser visto como um líder nato da nova economia global, centrada na procura de dados e nas suas infinitas possibilidades.



Sr. Mick Gram

- Diretor de Business Intelligence e Analytics na Red Bull, Los Angeles, Estados Unidos
- Arquiteto de soluções de Business Intelligence para o Walmart Data Cafe
- Consultor independente de Business Intelligence e Ciência de Dados
- Diretor de Business Intelligence na Capgemini
- Analista sénior na Nordea
- Consultor Sénior de Business Intelligence para SAS
- Educação Executiva em IA e aprendizagem automática na Faculdade de UC Berkeley de Engenharia
- MBA executivo em comércio eletrónico na Universidade de Copenhaga
- Licenciatura e Mestrado em Matemática e Estatística na Universidade de Copenhaga

“

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

Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um distinto especialista no sector do Marketing Digital que, há mais de 19 anos, está ligado a uma das empresas mais poderosas da indústria do entretenimento, a Warner Bros. Discovery. Nesta função, desempenhou um papel fundamental na supervisão da logística e do fluxo de trabalho do trabalho criativo em várias plataformas digitais, incluindo as redes sociais, pesquisa, display e meios lineares.

A liderança deste executivo tem sido crucial na condução de estratégias de produção de media pagos, resultando numa melhoria acentuada das taxas de conversão. Simultaneamente, assumiu outras funções, tais como Diretor de Serviços de Marketing e Gestor de Tráfego na mesma multinacional durante a sua anterior gestão.

Stevenson também esteve envolvido na distribuição global de jogos de vídeo e campanhas de propriedade digital. Foi também responsável pela introdução de estratégias operacionais relacionadas com a conceção, finalização e entrega de conteúdos de som e imagem para anúncios televisivos e trailers.

Por outro lado, o especialista possui uma Licenciatura em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e um Mestrado em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra a sua competência em **comunicação** e **narração**. Além disso, participou na Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de vanguarda sobre a utilização da Inteligência Artificial nas empresas. Assim, o seu perfil profissional é um dos mais relevantes na área atual do Marketing e dos Media Digitais.



Sr. Scott Stevenson

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

“

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

Diretor Internacional Convidado

Vencedora dos prémios “International Content Marketing Awards” pela criatividade, liderança e qualidade dos conteúdos noticiosos Wendy Thole-Muir é uma reputada Diretora de Comunicação altamente especializada no domínio da gestão da reputação.

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

Além disso, tem sido responsável pela gestão da comunicação dos investimentos estratégicos das empresas em diferentes países africanos. Geriu diálogos em torno de investimentos significativos no Quênia, demonstrando o empenho das entidades no desenvolvimento económico e social do país. Por sua vez, recebeu numerosos prémios pela sua capacidade de gerir a perceção das empresas em todos os mercados em que opera. Desta forma, assegurou que as empresas mantivessem um perfil elevado e que os consumidores as associassem a uma elevada qualidade.

Além disso, no seu firme compromisso com a excelência, tem participado ativamente em conferências e simpósios mundiais de renome com o objetivo de ajudar os profissionais da informação a manterem-se na vanguarda das técnicas mais sofisticadas para o desenvolvimento de planos de comunicação estratégica bem sucedidos. Ajudou assim numerosos peritos a
a antecipar situações de crise institucional e a gerir eficazmente os acontecimentos adversos.



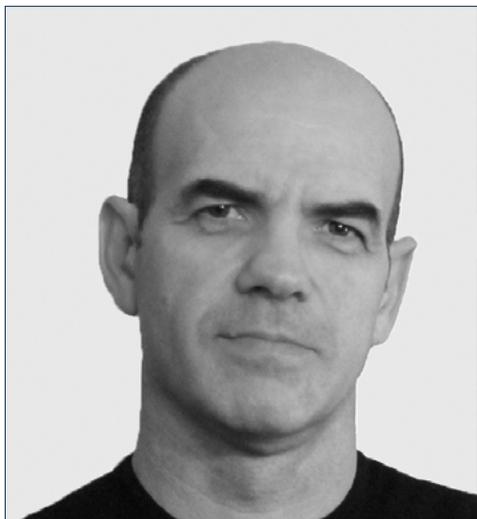
Sra. Wendy Thole-Muir

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

“

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

Direção



Dr. Francisco Andrés Asensi

- Doutorado em Engenharia Industrial em Organização Empresarial pela Universidade de Castilla la Mancha (UCLM)
- Engenheiro Industrial Superior em Organização Industrial pela Universidade Politécnica de Valência
- Trabalhou em várias áreas, tais como Engenharia, Qualidade, Produção, Logística, Sistemas de Informação e RH, em empresas de vários setores industriais
- Implementou e desenvolveu uma multiplicidade de sistemas de gestão por excelência (Qualidade, Painel de Controlo *Lean Manufacturing*, Melhoria Contínua e Melhoria de Processos) em várias empresas industriais.
- Coach de *Coaching* Estratégico
- Autor de vários livros de negócios: “La Empresa Adaptable”, “*Lean Manufacturing*: Indicadores Clave utilizados para gestionar de manera eficiente la Mejora Continua”, “*Lean Manufacturing*: Claves para la mejora del flujo de materiales”
- Autor de vários livros sobre Desenvolvimento Pessoal e Profissional: “Líder Total”, “Autocoaching”

Professores

Sra. Korinna Mollá Latorre

- Chefe de projetos internacionais na AITEX, Instituto Tecnológico Textil, onde adquiriu uma vasta experiência na gestão de grandes projetos e equipas, relacionados com materiais e tecnologias têxteis, bem como na gestão de operações, logística e cadeia de abastecimento em indústrias do setor
- Engenheira Industrial, especializada em Organização Industrial pela Universidade Politécnica de Valência
- Certificada pela *American Production and Inventory Control Society (USA)* em Gestão da Produção e do Inventário e em Gestão Integrada de Recursos
- Diretora de Operações e Logística da Colortex, S.A. de 1993 a 2008, implementando um sistema Lean Manufacturing nas operações da empresa
- Técnica de projeto para AIJU, Instituto Tecnológico del Juguete (1992-1993)

Sr. Juan Ibáñez Capella

- Chefe de Instalações e Projetos na *Power Electronics* em Valência, onde foi responsável pela execução do projeto da nova sede da empresa com 50.000m² de área útil e 10.000m² de escritórios
- Engenheiro Superior Industrial da Universidade Politécnica de Valência
- MBA em Gestão Industrial. IESE Business School Universidade de Navarra
- *Project Manager Professional PMP® #2914541*
- Tem sido responsável por Projetos de Instalações na empresa Ferrovial
- Tem participado na execução de projetos importantes, tais como: A fábrica de aço galvanizado SOLMED em Sagunto (Valência), Participação nas Obras na estação de comboios de alta velocidade AVE em Saragoça e obras da 32ª America's Cup em Valência

Sr. Miguel Enrique Ponce Lucas

- Responsável por vários departamentos técnicos (Desenvolvimento de Produtos, Engenharia Avançada, Gestão de Projetos, Inovação, Gestão de Qualidade)
- Licenciatura em Engenharia Industrial (Mecânica) pela Universidade Politécnica De Valencia
- Desenvolvimento do sistema de gestão da qualidade de acordo com a ISO TS 16949 e IATF 16949
- Participação em patentes de novos produtos
- Desenvolvimento de sistemas de gestão de mudança
- Responsável pelo sistema de gestão global do conhecimento
- Desenvolvimento do sistema de especialização global do conhecimento

Sr. Francisco Navarro Jarque

- Profissional de Recursos Humanos com mais de 20 anos de experiência, com uma especialização académica em Psicologia e um perfil generalista com um claro foco no serviço interno ao cliente e fornecendo valor de todas as áreas da área
- Mais de 10 anos a trabalhar no ISTOBAL, proporcionando experiência em negociações coletivas e individuais, recrutamento e retenção de talentos, desenvolvimento de políticas de remuneração, compensação e benefícios, e prevenção de riscos profissionais, incluindo planos para a prevenção de riscos psicossociais
- Durante a sua carreira, desenvolveu as competências necessárias para adaptar as ações de RH a situações de mudança e ambientes complexos

Sr. David Giner Sanchis

- ♦ Gestor de Portfólio e Programas num Gabinete de Gestão de Projetos (PMO) Com o acompanhamento do cumprimento dos indicadores e ações do BSC estabelecidos para alinhamento com a estratégia da empresa.
- ♦ Engenheiro Químico com um Mestrado em Gestão de Projetos pela Universidade Politécnica de Valência e um Mestrado Oficial Project Management pela Universidade Europeia de Valência
- ♦ Mais de 6 anos como gestor de projeto no setor industrial, monitorizando e comunicando o progresso contra o projeto/plano de implantação, cronograma e marcos-chave
- ♦ Possui as seguintes certificações *Project Management Professional (PMP)*, *Project Management Office Certified Practitioner (PMO-CP)*, *Agile Scrum Foundation* e *Design Thinking Professional Certificate (DTPC)* Membro da Direção do PMI Capítulo Valência

Sr. Daniel Del Olmo

- ♦ Fundador da *Enira Engineering S.L* 2018., com dois produtos reconhecidos como inovadores na Indústria 4.0 pelos organismos oficiais (*FactoryBI* e *Smart Extrusion*)
- ♦ Licenciatura em Engenharia Industrial, especializada em Eletrónica e Automatização
- ♦ Profissionalmente, trabalhou principalmente em multinacionais do setor da automação industrial e automóvel, como Gerente de Engenharia de Instalações
- ♦ Experiência em *Toyota Production System (TPS)* durante uma jornada de 4 anos na *NHK Springs Co LTD*. Japão, especialização recebida no Japão
- ♦ Docente do MBA em Operações na Universidade Europeia de Valência (2018)

Sra. María José Aleixandre Andreu

- ♦ Certificado em Ciências da Informação pela UV
- ♦ II curso para gestores de escritório, especialização interna Caja de Ahorros del Mediterráneo especialização prática e teórica
- ♦ Tutora de Estágio Universidade Politécnica de Valência Anos de 1998 a 2005
- ♦ Tutora de Estágio Universidade Politécnica de Valencia anos 1998 a 2007
- ♦ Curso de 2 anos para gestores de escritório dado por Fundesem
- ♦ Certificação EPFA EFA
- ♦ Certificação LCCI pela Universidade Carlos III
- ♦ Técnica e competências para os formadores Docente na Universitat Autònoma de Barcelona, outubro 2019
- ♦ Diretora da Banca Comercial na Caja del Mediterráneo e no Banco Sabadell

Sr. Tomás Lucero Palau

- ♦ Gestor de Operações, Qualidade, Engenharia e Manutenção em várias empresas industriais e no setor dos automóveis
- ♦ Engenheiro Superior Industrial da Universidade Politécnica de Valência
- ♦ MBA pela ESTEMA Escuela de Negocios
- ♦ Especialista em Lean Management, aplicado em várias empresas como consultor
- ♦ Orador no curso de Operações e Logística do ABC do EDEM



Sr. Eduardo Morado Vázquez

- ♦ Engenheiro Industrial Superior em Design de Produtos da UPV (2000)
- ♦ Garantia de Qualidade na *Ford Motor Company*, (2000- 2004)
- ♦ MBA (2011) Mestrado Superior em Prevenção de Riscos Ocupacionais (2005)
- ♦ Implementação e liderança de projetos de engenharia em fábricas nos setores automóvel e químico para multinacionais líderes (Espanha, Reino Unido, Alemanha, México), (2004-2021)
- ♦ Ampla experiência como *Key User* e formador na implementação de Sistemas de Gestão da Qualidade, Segurança, Ambiente (ISO, OSHAS, GMP), ERPs (SAP, Ross) e ferramentas de gestão da qualidade (6-Sigma, FMEA, 8D, QCP), e como PM de Engenharia e Manutenção, melhoria contínua e de processos (TPM, R&M, APQP, LRR, PSM, SMED, Poka-Yoke, etc.)
- ♦ Colaboração como mentor para estudantes na UPV e em diferentes iniciativas de organizações e fundações sem fins lucrativos para a promoção da STEM em jovens entre os 6 e 18 anos de idade. (2000- 2018)

“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos desenvolvimentos neste domínio para aplicá-los à sua prática quotidiana"

10

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que tomar um programa com estas características é um grande investimento económico, profissional e claro, pessoal. O objetivo final da realização deste grande esforço deve ser o de alcançar o crescimento profissional.

E para isso, oferecemos-lhe uma oportunidade única com este Executive Master, graças ao qual poderá aumentar a sua capacitação e, portanto, melhorar a sua prática diária e as suas possibilidades de progressão na carreira.



“

Gerar uma mudança positiva na sua carreira profissional, esse é o nosso desafio. Estamos totalmente empenhados em ajudá-lo a alcançar este objetivo"

Não perca a oportunidade de fazer este curso connosco. Encontrará as informações mais relevantes sobre este assunto que lhe permitirão dar um impulso à sua profissão.

Pronto para progredir? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O MBA em Gestão Industrial da TECH é um programa intensivo que o preparará para enfrentar desafios e decisões empresariais no domínio de MBA em Gestão Industrial. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional. Ajudamo-lo a alcançar o seu sucesso.

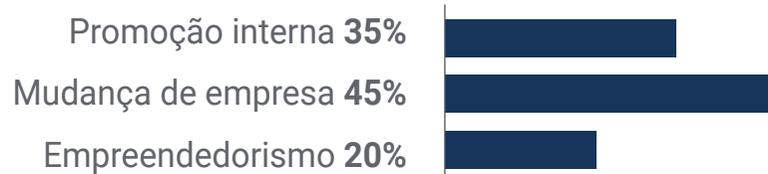
Se um estudante quer superar-se a si mesmo, fazer uma mudança profissional positiva e trabalhar em rede com os melhores, este é o seu lugar.

Faça uma mudança positiva na sua carreira, graças à oportunidade que a TECH lhe oferece com este programa.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão desta especialização significa um aumento no salário de mais de **25,22 %** para os nossos alunos



11

Benefícios para a sua empresa

O MBA em Gestão Industrial contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da especialização de líderes de alto nível. Completar esta especialização é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.





“

*Este programa dar-lhe-á as chaves
para trazer uma nova visão
empresarial à sua empresa”*

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

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

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

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional 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 contacto com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.



12

Certificação

O MBA em Gestão Industrial garante, além da formação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um certificado de Curso emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **MBA em Gestão Industrial** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

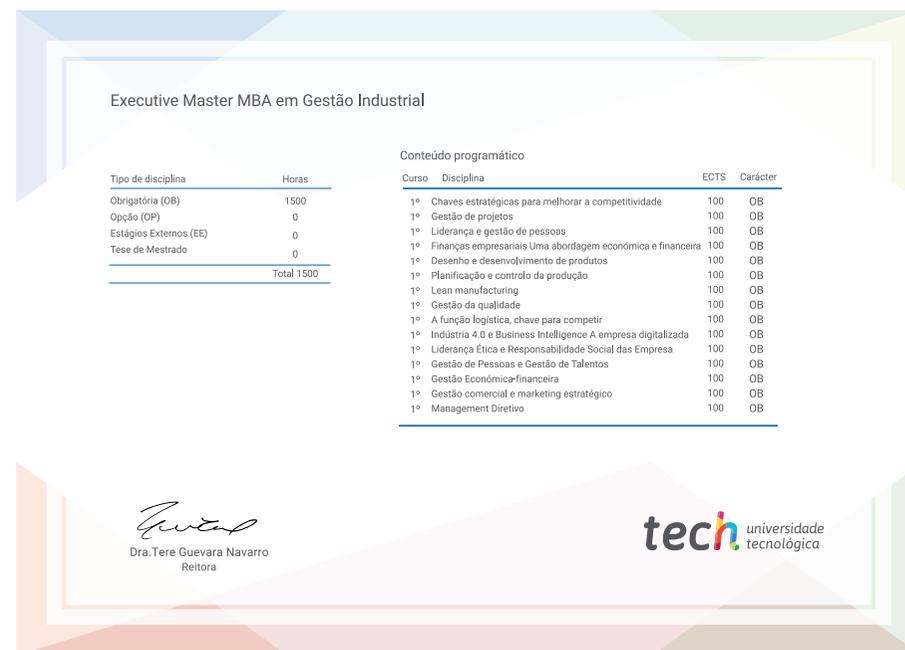
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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.

Título: Executive Master MBA em Gestão Industrial

Modalidade: online

Duração: 12 meses



*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 Gestão Industrial

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: a tua scelta
- » Exames: online

Executive Master

MBA em Gestão Industrial