

Executive Master MBA Internacional

M B A I



Executive Master MBA Internacional

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: licenciados e profissionais com experiência demonstrável em Gestão

Acesso ao site: [www.techitute.com/pt/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba- Internacional](http://www.techitute.com/pt/escola-de-negocios/executive-master/executive-master-mba-Internacional)

Índice

01	Boas-vindas	pág. 4	02	Porquê estudar na TECH?	pág. 6	03	Porquê o nosso programa?	pág. 10	04	Objetivos	pág. 14
			05	Competências	pág. 20	06	Estrutura e conteúdo	pág. 24	07	Metodologia	pág. 38
			08	O perfil dos nossos alunos	pág. 46	09	Impacto na sua carreira	pág. 50	10	Benefícios para a sua empresa	pág. 54
									11	Certificação	pág. 58

01

Boas-vindas

A globalização levou à criação de mercados diferentes e altamente competitivos. As empresas precisam de se adaptar ao novo ambiente e internacionalizar-se, estabelecendo-se em mercados estrangeiros, com o objetivo de expandir os seus negócios. Isto requer o desenvolvimento das capacidades corretas de gestão empresarial. Com este programa terá a oportunidade de aprender como gerir com sucesso um negócio e dominar as mudanças no campo financeiro e estratégico das empresas internacionalizadoras.



Executive Master em MBA Internacional
TECH Global University

“

As empresas internacionalizadas operam em ambientes altamente competitivos, pelo que os profissionais precisam de estar devidamente qualificados para as gerir”

02

Porquê estudar na TECH?

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



“

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

Na TECH Global University



Inovação

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

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



As exigências mais altas

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

95%

dos estudantes do TECH completam com sucesso os seus estudos



Networking

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

+100.000

gestores formados todos os anos

+200

nacionalidades diferentes



Empowerment

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

+500

**acordos de colaboração
com as melhores empresas**



Talento

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

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



Contexto Multicultural

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

Os estudantes da TECH provêm de mais de 200 nacionalidades.

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



Análises

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



Excelência académica

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



Economia de escala

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



Aprenda com os melhores

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

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



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

03

Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta a um futuro promissor. Os estudantes aprenderão com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

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

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

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

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

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

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

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

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

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

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

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

04

Assumir novas responsabilidades

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

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

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

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

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

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

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

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

07

Melhorar soft skills e capacidades de gestão

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

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

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

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

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

04 Objetivos

Este programa foi concebido para reforçar as competências de gestão e liderança dos estudantes, bem como para desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional. Após a conclusão do programa, serão capazes de tomar decisões globais com uma perspectiva inovadora e uma perspectiva internacional.



“

Atinja os seus objetivos no trabalho graças aos conhecimentos avançados que poderá adquirir com este programa"

Os seus objetivos são os nossos objetivos

Trabalhamos em conjunto para o ajudar a alcançá-los

O Executive Master em MBA Internacional prepara o aluno para:

01

Definir os elementos fundamentais que compõem o Corporate Finance, analisando as variáveis envolvidas na tomada de decisões de investimento, a fim de maximizar o valor económico da organização

02

Explicar a importância das demonstrações financeiras da empresa, interpretando a política de pagamento de dividendos, tipos de dívidas, tipos de auto-financiamento, etc

03

Estabelecer as relações que refletem o seu estatuto com a governação empresarial internacional e as finanças empresariais





04

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

05

Analisar o comportamento estratégico das operações em diferentes níveis

06

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

07

Definir as relações básicas da empresa com o seu ambiente

08

Analisar a influência dos stakeholders ou partes interessadas na empresa

09

Desenvolver a capacidade de detetar, analisar e resolver problemas





10

Identificar as diferentes vias de crescimento que as empresas podem escolher

11

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

12

Conhecer todas as ferramentas derivadas para cobertura de potenciais flutuações de preços de mercadorias

05

Competências

Depois de ser aprovado nas avaliações do MBA Internacional, o profissional terá adquirido as competências necessárias para desenvolver uma prática de qualidade e atualizada com base na metodologia didática mais inovadora.



“

Adquira as competências necessárias para ter sucesso no mercado internacional e competir com os melhores"

01

Gerir estrategicamente em ambientes globalizados, alcançando o sucesso a nível empresarial

02

Gerir com sucesso uma empresa internacional e os seus recursos humanos

03

Compromisso com a inovação e criação para a conceção de novos produtos

04

Conhecimento profundo da distribuição e organização de uma multinacional

05

Fazer investimentos internacionais que são de grande valor para a rentabilidade da empresa



06

Gerir e dirigir todos os departamentos da empresa de uma forma adequada

08

Desenvolver o marketing digital e o comércio eletrónico como uma parte indispensável da empresa

09

Gerir todos os processos da empresa para controlar os níveis de qualidade do departamento

07

Conhecer a tributação internacional que será aplicável à empresa devido à sua participação em mercados globalizados

10

Ter um conhecimento profundo dos regulamentos internacionais que devem ser tidos em conta na condução de negócios internacionais



06

Estrutura e conteúdo

O MBA Internacional é um programa feito à sua medida, entregue num formato 100% online para que possa escolher a hora e o local que melhor se adapte à sua disponibilidade, horário e interesses

Um programa que dura 12 meses e pretende ser uma experiência única e estimulante que lança as bases para o seu sucesso como gestor de negócios Internacional.



“

*Um plano de estudos abrangente concebido para
lhe permitir auto-dirigir o seu estudo, adquirindo as
competências mais relevantes para ter sucesso
nos negócios internacionais”*

Plano de estudos

O MBA Internacional da TECH Global University é um programa intenso que o prepara para enfrentar decisões na Gestão empresarial. O seu conteúdo destina-se a encorajar o desenvolvimento de competências de gestão para permitir uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos.

Ao longo de 1.800 horas de estudo, os estudantes analisarão uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual, o que lhe permitirá um processo de aprendizagem mais profundo que será de grande utilidade na sua prática diária. É, portanto, uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa lida em profundidade com diferentes áreas de negócio e foi concebido para os gestores compreenderem a direção de negócios internacionais de uma perspetiva estratégica e inovadora.

Um plano concebido para profissionais, no seu aperfeiçoamento profissional e que os prepara para alcançar a excelência no campo da gestão e gestão empresarial. Um programa que compreende as suas necessidades e as da sua empresa através de conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências, e apoiado pela melhor metodologia educacional e uma faculdade excepcional, que lhe dará as competências para resolver situações críticas de uma forma criativa e eficiente.

Este Executive Master tem lugar ao longo de 12 meses e está dividido em 16 módulos:

Módulo 1	Competências de gestão
Módulo 2	Organização, pessoas e cultura organizacional
Módulo 3	Finanças Empresariais I
Módulo 4	Finanças Empresariais II
Módulo 5	Finanças internacionais
Módulo 6	Gestão internacional de pessoas e gestão da diversidade
Módulo 7	Gestão de Operações internacionais
Módulo 8	Marketing e vendas internacionais
Módulo 9	Marketing Internacional
Módulo 10	Fiscalidade internacional
Módulo 11	Planeamento de projetos
Módulo 12	Business & Internacional Strategy
Módulo 13	Liderança, ética e responsabilidade social das empresas
Módulo 14	Direção Económico-Financeira
Módulo 15	Direção Comercial e Marketing Estratégico
Módulo 16	Management Executivo

Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este MBA Internacional completamente online. Durante os 12 meses da especialização, o aluno 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. Competências de gestão

1.1. Falar em público e formação de porta-vozes

- 1.1.1. Comunicação interpessoal
- 1.1.2. Capacidade de comunicação e influência
- 1.1.3. Barreiras à comunicação

1.2. Comunicação e liderança

- 1.2.1. Liderança e estilos de liderança
- 1.2.2. Motivação
- 1.2.3. Capacidades e competências do líder 2.0

1.3. Branding pessoal

- 1.3.1. Estratégias para desenvolver o branding pessoal
- 1.3.2. Leis de Branding Pessoal
- 1.3.3. Ferramentas da construção de marca pessoal

1.4. Gestão de equipas

- 1.4.1. Equipas de trabalho e direção de reuniões
- 1.4.2. Gestão de processos de mudança
- 1.4.3. Gestão de equipas multiculturais
- 1.4.4. Coaching

1.5. Negociação e resolução de conflitos

- 1.5.1. Técnicas de negociação efetivas
- 1.5.2. Conflitos interpessoais
- 1.5.3. Negociação intercultural

1.6. Inteligência emocional

- 1.6.1. Inteligência emocional e comunicação
- 1.6.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
- 1.6.3. Auto-estima e linguagem emocional

1.7. Capital relacional: Coworking

- 1.7.1. Gestão de Capital Humano
- 1.7.2. Análise de desempenho
- 1.7.3. Gestão da igualdade e da diversidade
- 1.7.4. Inovação na gestão de pessoas

1.8. Gestão do tempo

- 1.8.1. Planeamento, organização e controlo
- 1.8.2. Metodologia de gestão de tempo
- 1.8.3. Planos de ação
- 1.8.4. Ferramentas para a gestão eficaz do tempo

1.9. Teoria dos jogos

1.10. Gestão da mudança estratégica

Módulo 2. Organização, pessoas e cultura organizacional

2.1. Organizações, tipologia e aspetos-chave

- 2.1.1. Taxonomia das organizações de acordo com a dimensão/escala e funções Grandes Empresas vs. Empresa de média dimensão
- 2.1.2. Casos particulares *Start up*

2.2. A função dos recursos humanos

- 2.2.1. Enclave na organização
- 2.2.2. Principais restrições à função de RH
 - 2.2.2.1. Legal
 - 2.2.2.2. Organizacional
 - 2.2.2.3. Talento
- 2.2.3. Principais atribuições

2.3. Departamentos internos

- 2.3.1. Gestão de talentos
- 2.3.2. Gestão de desempenho
- 2.3.3. Formação e desenvolvimento
- 2.3.4. Cultura empresarial

2.4. Dimensionamento de departamentos

- 2.4.1. Cadeia de valor
- 2.4.2. Análise de lacunas pessoas - empregos
- 2.4.3. Volume de trabalho e dimensionamento
- 2.4.4. Alavancas de eficiência
 - 2.4.4.1. Redefinição do catálogo de serviços
 - 2.4.4.2. Consolidação
 - 2.4.4.3. Automatização
 - 2.4.4.4. Outsourcing

2.5. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos

- 2.5.1. Produtividade
- 2.5.2. Alavancas para a produtividade
- 2.5.3. Alavancas de atração, retenção e atração de talentos

2.6. Compensação monetária vs. Não-monetária

- 2.6.1. Modelos de faixas salariais
- 2.6.2. Modelos de compensação não monetários
 - 2.6.2.1. Modelos de trabalho
 - 2.6.2.2. Comunicação Corporativa
 - 2.6.2.3. A Imagem da empresa
- 2.6.3. Compensação monetária vs. Não-monetária

2.7. Cultura empresarial

- 2.7.1. Alinhamento da cultura e objetivos estratégicos
- 2.7.2. Estrutura de um projeto típico
- 2.7.3. A cultura empresarial e a sua implementação

2.8. Gestão da Mudança

- 2.8.1. Componentes de análise na gestão da mudança
- 2.8.2. Importância da gestão da mudança em projetos complexos
- 2.8.3. Estrutura de um projeto típico

2.9. Transformação em ambientes corporativos complexos

- 2.9.1. Transformação
- 2.9.2. Estrutura de um projeto típico
- 2.9.3. Viabilizadores da transformação

2.10. Transformação Gestão da Mudança

- 2.10.1. Principais diferenças no projeto
- 2.10.2. Papel de gestão da mudança vs. Gestor da Transformação
- 2.10.3. Ferramentas de gestão

Módulo 3. Finanças Empresariais I**3.1. Introdução às finanças empresariais**

- 3.1.1. O ambiente financeiro da empresa
 - 3.1.1.1. O objetivo financeiro da empresa
 - 3.1.1.2. As necessidades financeiras da empresa
- 3.1.2. O papel da direção financeira

3.2. Investimento na empresa

- 3.2.1. Classificação dos investimentos na empresa
- 3.2.2. Fases de análise dos investimentos

3.3. Avaliação do investimento

- 3.3.1. Avaliação do investimento: VAN, TIR e Recuperação
 - 3.3.1.1. A abordagem do valor anual líquido (VAL)
 - 3.3.1.2. O critério da taxa interna de retorno (TIR)
 - 3.3.1.3. Aceitação e gestão de projetos de investimento de acordo com os critérios do VAL e TIR
 - 3.3.1.4. O critério do período de recuperação (Recuperação)

3.4. Análise das variáveis envolvidas nas decisões de investimento

- 3.4.1. Critérios para a determinação dos fluxos de caixa
 - 3.4.1.1. Critérios para a construção dos fluxos de caixa
 - 3.4.1.2. Estrutura geral para a construção dos fluxos de caixa
 - 3.4.1.3. Classificação de fluxos de caixa
 - 3.4.1.4. Valor residual ou de resíduos

3.5. A transferência da empresa

- 3.5.1. Fontes de financiamento
- 3.5.2. Taxas de custo no financiamento
 - 3.5.2.1. O custo do capital próprio
 - 3.5.2.2. O custo da dívida
 - 3.5.2.3. O custo médio ponderado do capital (WACC) na avaliação dos projetos de investimento

3.6. Estrutura do capital

- 3.6.1. Capital, acionistas e impostos ótimos
 - 3.6.1.1. A estrutura do capital: teorias e conceitos
 - 3.6.1.2. Maximização do valor da empresa vs. maximização dos interesses dos acionistas
 - 3.6.1.3. A influência da tributação na decisão sobre a estrutura do capital
 - 3.6.1.4. Limites de utilização da dívida

3.7. Avaliação de obrigações

- 3.7.1. Estratégias de Investimento em Obrigações
 - 3.7.1.1. Conceitos, classificação e estratégias de investimento em obrigações
 - 3.7.1.2. Comportamento das taxas de juro do mercado
 - 3.7.1.3. Modelo básico de avaliação de obrigações
 - 3.7.1.4. Medidas de desempenho e retorno

3.8. Avaliação de Ação

- 3.8.1. Bolsa de valores
- 3.8.2. Valorização de ações

3.9. Investimentos com risco

- 3.9.1. Classificação de riscos
- 3.9.2. A Carteira de Investimento Otimizada de Markowitz
- 3.9.3. Risco e rentabilidade O modelo CAPM

Módulo 4. Finanças Empresariais II

4.1. A visão estratégica das finanças das empresas

- 4.1.1. Estratégias financeiras empresariais num mundo globalizado
- 4.1.2. Alavancagem operacional e alavanca operacional
 - 4.1.2.1. Alavancagem operacional
 - 4.1.2.2. Alavancagem financeira

4.2. Política de pagamento de dividendos

- 4.2.1. Política de dividendos

4.3. Tipos de dívida

- 4.3.1. Financiamento interno
 - 4.3.1.1. A curto prazo
 - 4.3.1.2. A longo prazo
- 4.3.2. Financiamento externo vs.
 - 4.3.2.1. a curto prazo
 - 4.3.2.2. A longo prazo

4.4. Estratégia nas empresas

- 4.4.1. Tipos de auto-financiamento
 - 4.4.1.1. Auto-financiamento da manutenção ou substituição
 - 4.4.1.2. Auto-financiamento para enriquecimento
 - 4.4.1.3. Vantagens e desvantagens da entrevista
 - 4.4.1.4. O efeito multiplicador do auto-financiamento

4.5. Demonstrações financeiras e utilização de rácios financeiros

- 4.5.1. Importância das demonstrações financeiras
 - 4.5.1.1. O relatório do acionista
 - 4.5.1.2. A utilização de rácios financeiros
 - 4.5.1.2.1. Rácios de liquidez
 - 4.5.1.2.2. Rácios de atividades
 - 4.5.1.2.3. As razões do endividamento
 - 4.5.1.2.4. Razões de rentabilidade
 - 4.5.1.2.5. Razões de mercado

4.6. Investimentos com risco

- 4.6.1. Classificação de riscos
 - 4.6.1.1. Medição e classificação do risco
 - 4.6.1.2. O beta
 - 4.6.1.3. A teoria das carteiras de Markowitz
 - 4.6.1.4. O índice de Sharpe
 - 4.6.1.5. Risco e rentabilidade O modelo CAPM

4.7. Fusões e aquisições

- 4.7.1. Motivações das fusões e aquisições
- 4.7.2. Fórmulas financeiras para a aquisição de empresas
 - 4.7.2.1. O processo de aquisição
 - 4.7.2.2. O Processo de fusão

4.8. Governação empresarial

- 4.8.1. Objetivo e funções da governação empresarial
 - 4.8.1.1. Governação empresarial e custos de agência
 - 4.8.1.2. Supervisão por parte do Conselho de Administração
 - 4.8.1.3. Políticas de compensação
 - 4.8.1.4. Gestão de conflitos da agência

4.9. Finanças empresariais internacionais

- 4.9.1. Mercados de capitais
 - 4.9.1.1. Integrados internacionalmente
 - 4.9.1.2. Segmentação internacional
- 4.9.2. Risco de taxa de câmbio
- 4.9.3. Valorização e taxas internacionais

Módulo 5. Finanças internacionais**5.1. Business & International Strategy**

- 5.1.1. Internacionalização
- 5.1.2. Globalização
- 5.1.3. *Growth & Development in Emerging Markets*
- 5.1.4. Sistema monetário internacional

5.2. Mercado de divisas

- 5.2.1. Operações com divisas
- 5.2.2. O mercado de divisas a prazo
- 5.2.3. Instrumentos derivados para cobertura do risco cambial e de taxa de juro
- 5.2.4. Apreciação e depreciação da moeda

5.3. Meios internacionais de pagamento e cobrança

- 5.3.1. Notas bancárias, cheques pessoais e cheques bancários
- 5.3.2. Transferência, Ordem de Pagamento e Remessa
- 5.3.3. Cláusulas e créditos documentários
- 5.3.4. Factoring, troca internacional e outros meios

5.4. Financiamento de operações nos mercados internacionais

- 5.4.1. Incoterms
- 5.4.2. Instrumentos derivados para cobertura de potenciais flutuações de preços de mercadorias
- 5.4.3. Créditos à exportação com apoio oficial
- 5.4.4. Cobertura com contratos de intercâmbio (Swap)
- 5.4.5. O Consenso OCDE

5.5. Instituições financeiras internacionais

- 5.5.1. O fundo para a internacionalização da empresa
- 5.5.2. O Grupo do Banco Mundial
- 5.5.3. O Banco Interamericano de Desenvolvimento
- 5.5.4. O Banco de Desenvolvimento das Caraíbas

5.6. Formação das taxas de câmbio

- 5.6.1. Teoria da paridade das taxas de juro
- 5.6.2. Teoria das expectativas de taxas de câmbio
- 5.6.3. Teoria da paridade do poder de compra (PPC)
- 5.6.4. Equilíbrio do mercado de capitais

5.7. Programas de conversão da dívida

- 5.7.1. Quadro legal
- 5.7.2. Funcionamento
- 5.7.3. Conversão da Dívida em Investimentos Públicos
- 5.7.4. Conversão da Dívida em Investimentos Privados

5.8. Bolsa de Valores Internacional

- 5.8.1. Mercado de Wall Street (New York)
- 5.8.2. Mercado do ouro
- 5.8.3. Dívida externa global
- 5.8.4. Club de Paris
- 5.8.5. Mercado de títulos ADR e GDR

Módulo 6. Gestão internacional de pessoas e gestão da diversidade**6.1. Saber identificar talentos em empresas internacionais**

- 6.1.1. Visão global da gestão de talento
- 6.1.2. Mapa de talentos na organização
- 6.1.3. Tendências culturais e de internacionalização
- 6.1.4. Internacionalização da Gestão de Talento

6.2. Gestão de carreiras internacionais

- 6.2.1. O perfil do profissional internacional
- 6.2.2. *Global Mobility*
- 6.2.3. Gestão de Expatriados

6.3. Gestão da diversidade

- 6.3.1. Trabalhar com a diversidade
- 6.3.2. Diversidade, RSC e *Coaching*
- 6.3.3. Gestão da igualdade e da diversidade
- 6.3.4. Gestão de equipas multiculturais

6.4. Novo quadro de relações laborais

- 6.4.1. Reforma Laboral
- 6.4.2. Negociação do convénio coletivo
- 6.4.3. Relações estratégicas com os sindicatos
- 6.4.4. Relações laborais e reestruturação empresarial

6.5. Marketing de RH: uma visão internacional

- 6.5.1. *Employer Branding*
- 6.5.2. *HR Customer Experience*

6.6. Multinacionais e direitos humanos

- 6.6.1. Globalização, direitos humanos e empresas multinacionais
- 6.6.2. Multinacionais e direito internacional
- 6.6.3. Instrumentos jurídicos específicos

6.7. Gestão de expatriados

- 6.7.1. Gestão de processos de mudança
- 6.7.2. Repatriamento
- 6.7.3. Competências individuais para o sucesso em destinos internacionais

6.8. Remuneração de expatriados

- 6.8.1. Remuneração financeira
- 6.8.2. Local e moeda de pagamento
- 6.8.3. Políticas fiscais

Módulo 7. Gestão de Operações internacionais

7.1. Visão geral Comércio Internacional	7.2. Análise de mercados internacionais	7.3. Foco na presença no mercado estrangeiro e no comércio eletrónico	7.4. Protecionismo comercial: alfândegas
7.5. Cooperação internacional sobre medidas não pautais	7.6. Fórmulas contratuais	7.7. Fluxos de Investimento Direto para o Exterior	7.8. Análises dos Incoterms de CCI
7.9. Gestão da cadeia logística internacional	7.10. Marketing internacional		

Módulo 8. Marketing e vendas internacionais

8.1. A função de vendas e marketing internacional 8.1.1. Marketing e posicionamento 8.1.2. Relação entre marketing e vendas 8.1.3. Venda em consultoria	8.2. Transformar uma ideia numa proposta de mercado 8.2.1. O processo 8.2.2. A oferta 8.2.3. Validação e viabilidade 8.2.4. Dimensão do mercado: TAM, SAM, SOM 8.2.5. O cliente-alvo 8.2.6. Caso de mercado	8.3. Estruturação do processo de venda 8.3.1. A estrutura geral no processo de venda 8.3.2. O <i>funil</i> de vendas 8.3.3. Fases e marcos de cada parte do processo	8.4. O processo de originação 8.4.1. Fontes de origem 8.4.2. A oportunidade 8.4.3. Próximos passos
8.5. Oportunidades de qualificação 8.5.1. O negócio do seu cliente 8.5.2. Qualificação de oportunidades: processo e critérios 8.5.3. A importância de criar valor	8.6. Interação com diferentes intervenientes 8.6.1. O comprador e as outras partes intervenientes 8.6.2. Interagir com eles: estratégias 8.6.3. Perfis de interação humana: a importância de personalizar a mensagem para o público	8.7. Componentes-chave de uma proposta 8.7.1. Estrutura e conteúdo mínimo 8.7.2. Sumário executivo 8.7.3. Âmbito e gestão de risco	8.8. A importância da geração de valor numa proposta de mercado 8.8.1. Como falar de valor? 8.8.2. Diferença entre valor e preço 8.8.3. Diferentes modelos de preços: implicações e riscos
8.9. Negociação e processo de encerramento 8.9.1. Passos típicos de uma negociação 8.9.2. A importância de gerar alternativas 8.9.3. Gestão de riscos e contratos	8.10. Liderar um processo de vendas 8.10.1. Duração e gestão do processo de venda 8.10.2. Tecnologia no processo de vendas 8.10.3. Monitorização do processo 8.10.4. A importância do <i>Feedback</i>		

Módulo 9. Marketing Internacional

9.1. Pesquisa de mercados internacionais	9.2. Segmentação internacional	9.3. Posicionamento internacional	9.4. Estratégias de Produto em mercados internacionais
9.5. Preços e exportações	9.6. Qualidade no marketing internacional	9.7. Promoção internacional	9.8. Distribuição através de canais internacionais

Módulo 10. Fiscalidade internacional

10.1. Princípios básicos da fiscalidade internacional 10.1.1. Introdução à fiscalidade internacional 10.1.2. Princípio da residência vs. fonte 10.1.3. A dupla tributação internacional, conceitos, tipos e soluções	10.2. Fontes da fiscalidade internacional. Tratados internacionais e convenções sobre dupla tributação 10.2.1. Fontes da tributação internacional 10.2.2. O que é um tratado internacional? 10.2.3. Convenções de dupla tributação 10.2.4. Os modelos de convenção da OCDE e da ONU 10.2.5. O soft law 10.2.6. O direito da União Europeia 10.2.7. O direito interno	10.3. Interpretação dos acordos de dupla tributação 10.3.1. Primazia do acordo de dupla tributação sobre o ordenamento interno 10.3.2. A interpretação dos acordos de dupla tributação 10.3.3. Âmbito de aplicação dos CDI
--	--	--

Módulo 11. Planeamento de projetos

11.1. O Projeto e a sua relação com a direção

- 11.1.1. O projeto e gestão de projetos
 - 11.1.1.1. O projeto
 - 11.1.1.2. A gestão
 - 11.1.1.3. O ciclo de vida
 - 11.1.1.4. Funções em gestão de projetos
 - 11.1.1.5. Benefícios da gestão de um projeto
- 11.1.2. Tipologia projetos

- 11.1.2.1. Processos
- 11.1.2.2. Integração e Tecnologia
- 11.1.2.3. Estratégia
- 11.1.3. A organização de projetos

11.2. Considerações em gestão de projetos

- 11.2.1. PMBOK
 - 11.2.1.1. Aspectos relevantes
 - 11.2.1.2. Principais benefícios
- 11.2.2. *Value Realization Office*
 - 11.2.2.1. Aspectos relevantes
 - 11.2.2.2. Principais benefícios

- 11.2.3. *Waterfall vs.*
 - 11.2.3.1. Aspectos relevantes
 - 11.2.3.2. Principais projetos visados por esta metodologia
 - 11.2.3.3. Principais benefícios
- 11.2.4. AGILE
 - 11.2.4.1. Aspectos relevantes
 - 11.2.4.2. Principais projetos visados por esta metodologia
 - 11.2.4.3. Principais benefícios

11.3. A gestão do alcance e de expectativas

- 11.3.1. Plano de Gestão do Âmbito
 - 11.3.1.1. O alcance
 - 11.3.1.2. Características principais
 - 11.3.1.3. Verificar o âmbito
- 11.3.2. A gestão de expectativas
 - 11.3.2.1. Identificar as expectativas dos clientes
 - 11.3.2.2. Matriz de alcance vs. Expectativas
 - 11.3.2.3. Verificar e fechar o âmbito final
- 11.3.3. Riscos e benefícios

11.4. Planeamento de projetos

- 11.4.1. Planeamento de projetos
 - 11.4.1.1. Planeamento de objetivos, atividades e marcos-chave
 - 11.4.1.2. Planeamento de produtos-chave
 - 11.4.1.3. Ferramentas de planeamento (*Painel de controlo*)

- 11.4.2. Planeamento de equipamento
 - 11.4.2.1. Técnicas e ferramentas de estimativa de recursos (*Top-down, Bottom up, estimativa Delphi, estimativa paramétrica, etc.*)
 - 11.4.2.2. Estimativa de recursos: papéis, responsabilidades e custos
 - 11.4.2.3. Planos de continuidade do serviço
- 11.4.3. Planeamento de tempo
 - 11.4.3.1. Sequenciação de atividades
 - 11.4.3.2. Desenvolvimento do calendário de trabalho
 - 11.4.3.3. Controlo do calendário de trabalho

11.5. Gestão de equipas (RH)

- 11.5.1. Plano de equipa
 - 11.5.1.1. Plano de pessoas
 - 11.5.1.2. Seleção da equipa do projeto
 - 11.5.1.3. Sistemas de avaliação de desempenho
- 11.5.2. Desenvolvimento da equipa do projeto
 - 11.5.2.1. Aquisição de equipamento
 - 11.5.2.2. Atribuições da equipa do projeto

- 11.5.3. Direção da equipa do projeto
 - 11.5.3.1. Necessidades de coordenar e liderar a equipa de forma eficaz
 - 11.5.3.2. Ferramentas para gerir o trabalho das equipas de forma colaborativa
 - 11.5.3.3. Gestão de conflitos
 - 11.5.3.4. Planos de continuidade do serviço
 - 11.5.3.5. *Feedback* e avaliação do desempenho da equipa

11.6. Gestão de custos

- 11.6.1. Estima dos custos
 - 11.6.1.1. Plano de gestão de custos
 - 11.6.1.2. Estima dos custos do projeto
 - 11.6.1.3. Técnicas e ferramentas de gestão de custos

- 11.6.2. O orçamento
 - 11.6.2.1. Determinar o orçamento
 - 11.6.2.2. Metodologias de seleção orçamental
 - 11.6.2.3. Técnicas e ferramentas para o ensino da audição (*listening*)

- 11.6.3. Controlo de custos
 - 11.6.3.1. Objetivos do controlo de custos
 - 11.6.3.2. Medição dos custos do projeto
 - 11.6.3.3. Técnicas e ferramentas de controlo de custos

11.7. Gestão das Comunicações

- 11.7.1. Identificação das partes interessadas (*Stakeholders*)
 - 11.7.1.1. Identificação de atores internos e externos
 - 11.7.1.2. Identificação das expetativas das partes interessadas
 - 11.7.1.3. Técnicas e ferramentas de identificação e categorização das partes interessadas

- 11.7.2. O plano de comunicação
 - 11.7.2.1. Identificação de mensagens-chave para cada tipologia de agente
 - 11.7.2.2. Identificação e definição dos principais canais de comunicação
 - 11.7.2.3. Análise de requisitos de comunicações
 - 11.7.2.4. Tipologia das comunicações: verbal-escrita / formal-informal
 - 11.7.2.5. Técnicas e ferramentas de comunicação

- 11.7.3. Monitorização das ações de comunicações
 - 11.7.3.1. Planeamento da ação (cronograma, recursos, prazos, resultados esperados, etc.)
 - 11.7.3.2. Ferramentas de monitorização das ações de comunicações
 - 11.7.3.3. Medidas de resultados das ações de comunicações

11.8. Gestão da qualidade

- 11.8.1. Análise e controlo de qualidade (*Quality Analysis - QA*)
 - 11.8.1.1. Gestão da qualidade
 - 11.8.1.2. Resultados Esperados
 - 11.8.1.3. Indicadores de medição de qualidade (normas)
- 11.8.2. Ações de garantia de qualidade
 - 11.8.2.1. Planeamento de atividades de revisão: relatórios mensais, anuais, etc.
 - 11.8.2.2. Auditorias de qualidade
 - 11.8.2.3. Melhoria contínua

11.8.3. Controlo da qualidade dos projetos 11.8.3.1. Ferramentas para <i>Feedback</i> da qualidade dos produtos a entregar 11.8.3.2. Gestão de conformidades e não conformidades dos produtos a entregar 11.8.3.3. O “ <i>Peer Review</i> ” e os seus principais benefícios 11.8.3.4. Medidas da qualidade dos produtos a entregar	11.9. Gestão de riscos 11.9.1. Planeamento de riscos 11.9.1.1. Planificação da gestão de riscos 11.9.1.2. Identificação de riscos 11.9.1.3. Ferramentas de categorização do risco	11.9.2. O acompanhamento do plano de contingência 11.9.2.1. Análise quantitativa e qualitativa de risco 11.9.2.2. Avaliação das probabilidades e impactos 11.9.2.3. Ferramentas de monitorização	11.9.3. Monitorização e controlo de riscos 11.9.3.1. Registo de riscos: proprietários, ações, sintomas, níveis de riscos 11.9.3.2. Planificação das ações de mitigação 11.9.3.3. Auditoria e acompanhamento de riscos 11.9.3.4. Acompanhamento dos resultados dos planos de ação implementados 11.9.3.5. Re-Avaliação do risco
11.10. Encerramento do projetos e mudanças 11.10.1. Gestão da mudança 11.10.1.1. A transferência de conhecimentos 11.10.1.2. Fases de transferência de conhecimentos 11.10.1.3. Planeamento da transferência de conhecimentos: formação, materiais, etc.	11.10.2. O encerramento do projeto 11.10.2.1. Recolha de informação 11.10.2.2. Análise final e principais conclusões 11.10.2.3. A reunião de encerramento 11.10.2.4. A análise das seguintes etapas	11.10.3. O impacto do projeto 11.10.3.1. Importância da medição dos impactos obtidos 11.10.3.2. O impacto dentro da organização 11.10.3.3. Gestão do impacto no cliente	

Módulo 12. Business & Internacional Strategy

12.1. Business & International Strategy 12.1.1. Internacionalização 12.1.2. <i>Growth & Development in Emerging Markets</i> 12.1.3. Sistema monetário internacional	12.2. Gestão estratégica de negócios internacionais 12.2.1. A internacionalização na nova ordem mundial 12.2.2. A influência da cultura nos negócios internacionais 12.2.3. A seleção dos mercados e países 12.2.4. Deslocalização e <i>Offshoring</i>	12.3. Estratégias de internacionalização 12.3.1. Razões e requisitos para entrar em mercados estrangeiros 12.3.2. Alianças estratégicas no processo de expansão internacional 12.3.3. Formas de entrar em novos mercados internacionais	12.4. Decisões de internacionalização 12.4.1. Estudo de mercado e tomada de decisões 12.4.2. Escolha da localização e modo de operação 12.4.3. Escolher a forma jurídica certa
12.5. Etapas do processo de internacionalização 12.5.1. Análise de procura internacional 12.5.2. Diagnóstico do potencial de exportação 12.5.3. Planeamento da Internacionalização 12.5.4. Etapas da exportação	12.6. Internacionalização de acordo com o tipo de empresa 12.6.1. Empresas de produtos e empresas de serviços 12.6.2. Empresas internacionalizadas e multinacionais 12.6.3. As PME e o seu modelo de internacionalização	12.7. Obstáculos à internacionalização 12.7.1. Restrições legais 12.7.2. Obstáculos logísticos, financeiros e comerciais 12.7.3. Obstáculos ao investimento direto	12.8. Cross-cultural management 12.8.1. Dimensão cultural da gestão internacional 12.8.2. A globalização na gestão empresarial 12.8.3. Liderança intercultural

Módulo 13. Liderança, ética e responsabilidade social das empresas

13.1 Globalização e governação

- 13.1.1 Governação e governação empresarial
- 13.1.2 Fundamentos da governação empresarial nas empresas
- 13.1.3 O papel do Conselho de Administração no quadro do governo das sociedades

13.2 Gestão Intercultural

- 13.2.1 Conceito de Cross Cultural Management
- 13.2.2 Contributos para o conhecimento das culturas nacionais
- 13.2.3 Gestão da Diversidade

13.3 Ética empresarial

- 13.3.1 Ética e moral
- 13.3.2 Ética empresarial
- 13.3.3 Liderança e ética nos negócios

13.4 Sustentabilidade

- 13.4.1 Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
- 13.4.2 Agenda 2030
- 13.4.3 Empresas sustentáveis

13.5 Responsabilidade social das empresas

- 13.5.1 Dimensão internacional da responsabilidade social das empresas
- 13.5.2 Implementação da responsabilidade social das empresas
- 13.5.3 Impacto e medição da responsabilidade social das empresas

13.6 Sistemas e ferramentas de gestão responsáveis

- 13.6.1 RSE: Responsabilidade Social das Empresas
- 13.6.2 Aspectos essenciais para a aplicação de uma estratégia de gestão responsável

- 13.6.3 Etapas para a implementação de um sistema de gestão da responsabilidade social das empresas
- 13.6.4 Instrumentos e normas de RSC

13.7 As multinacionais e os direitos humanos

- 13.7.1 Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
- 13.7.2 As empresas multinacionais e o direito internacional
- 13.7.3 Instrumentos jurídicos para as multinacionais no domínio dos direitos humanos

13.8. Ambiente jurídico e governação empresarial

- 13.8.1 Regulamentação internacional em matéria de importação e exportação

- 13.8.2 Propriedade intelectual e propriedade industrial
- 13.8.3 Direito internacional do trabalho

Módulo 14. Direção Económico-Financeira

14.1. Ambiente Económico

- 14.1.1 Ambiente macroeconómico e o sistema financeiro nacional
- 14.1.2 Instituições financeiras
- 14.1.3 Mercados financeiros
- 14.1.4 Ativos financeiros
- 14.1.5 Outros entes do setor financeiro

14.2. Contabilidade Diretiva

- 14.2.1 Conceitos básicos
- 14.2.2 O Ativo da empresa
- 14.2.3 O Passivo da empresa
- 14.2.4 O Património Líquido da empresa
- 14.2.5 A Conta de Resultados

14.3. Sistemas de informação e Business Intelligence

- 14.3.1 Fundamentos e classificação
- 14.3.2 Fases e métodos de repartição de custos
- 14.3.3 Escolha de centro de custos e efeito

14.4. Orçamento e Controlo de Gestão

- 14.4.1. O modelo orçamental
- 14.4.2. O Orçamento de Capital
- 14.4.3. O Orçamento de Exploração
- 14.4.5. O Orçamento de Tesouraria
- 14.4.6. Seguimento do Orçamento

14.5. Direção Financeira

- 14.5.1. As decisões financeiras da empresa
- 14.5.2. O departamento financeiro
- 14.5.3. Excedentes de tesouraria

- 14.5.4. Riscos associados à direção financeira
- 14.5.5. Gestão de riscos da direção financeira

14.6. Planeamento Financeiro

- 14.6.1. Definição do planeamento financeiro
- 14.6.2. Ações a efetuar no planeamento financeiro
- 14.6.3. Criação e estabelecimento da estratégia empresarial

- 14.6.4. O quadro de Cash Flow
- 14.6.5. O quadro de circulante

14.7. Estratégia Financeira Corporativa

- 14.7.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
- 14.7.2. Produtos financeiros de financiamento empresarial

14.8. Financiamento Estratégico

- 14.8.1. A autofinanciamento
- 14.8.2. Ampliamento de fundos próprios
- 14.8.3. Recursos Híbridos
- 14.8.4. Financiamento através de intermediários

14.9. Análise e planeamento financeiro

- 14.9.1. Análise do Balanço de Situação
- 14.9.2. Análise da Conta de Resultados
- 14.9.3. Análise da Rentabilidade

14.10. Análise e resolução de casos /problemas

- 14.10.1. Informação financeira da Indústria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Módulo 15. Direção Comercial e Marketing Estratégico**15.1. Direção comercial**

- 15.1.1. Estrutura conceptual da direção comercial
- 15.1.2. Estratégia e planeamento comercial
- 15.1.3. O papel dos diretores comerciais

15.2. Marketing

- 15.2.1. Conceito de Marketing
- 15.2.2. Elementos básicos do marketing
- 15.2.3. Atividades de marketing da empresa

15.3. Gestão Estratégica do Marketing

- 15.3.1. Conceito de Marketing estratégico
- 15.3.2. Conceito de planeamento estratégico de marketing
- 15.3.3. Etapas do processo de planeamento estratégico de marketing

15.4. Marketing digital e comércio eletrónico

- 15.4.1. Objetivos do Marketing digital e comércio eletrónico
- 15.4.2. Marketing Digital e meios que emprega
- 15.4.3. Comércio eletrónico. Contexto geral
- 15.4.4. Categorias do comércio eletrónico
- 15.4.5. Vantagens e desvantagens do e-commerce em relação ao comércio tradicional

15.5. Marketing digital para reforçar a marca

- 15.5.1. Estratégias online para melhorar a reputação da sua marca
- 15.5.2. Branded Content & Storytelling

15.6. Marketing digital para captar e fidelizar clientes

- 15.6.1. Estratégias de fidelização e vinculação através da Internet
- 15.6.2. Visitor Relationship Management
- 15.6.3. Hipersegmentação

15.7. Gestão de campanhas digitais

- 15.7.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
- 15.7.2. Etapas para lançar uma campanha de marketing online
- 15.7.3. Erros nas campanhas de publicidade digital

15.8. Estratégia de vendas

- 15.8.1. Estratégia de vendas
- 15.8.2. Métodos de vendas

15.9. Comunicação Corporativa

- 15.9.1. Conceito
- 15.9.2. Importância da comunicação na organização
- 15.9.3. Tipos de comunicação na organização

15.9.4 Funções da comunicação na organização

- 15.9.5. Elementos da comunicação
- 15.9.6. Problemas de comunicação
- 15.9.7. Cenários de comunicação

15.10. Comunicação e reputação digital

- 15.10.1. Reputação online
- 15.10.2. Como medir a reputação digital?
- 15.10.3. Ferramentas de reputação online

15.10.4. Relatório de reputação online

- 15.10.5. Branding online

Módulo 16. Management Executivo**16.1. General Management**

- 16.1.1. Conceito de General Management
- 16.1.2. A ação do Manager General
- 16.1.3. O Diretor Geral e suas funções
- 16.1.4. Transformação do trabalho da Direção

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

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

16.3. Direção de operações

- 16.3.1. Importância da direção
- 16.3.2. A cadeia de valor
- 16.3.3. Gestão da qualidade

16.4. Oratória e formação de porta-vozes

- 16.4.1. Comunicação interpessoal
- 16.4.2. Habilidades comunicativas e influência
- 16.4.3. Barreiras na comunicação

16.5. Ferramentas de comunicação pessoal e organizacional

- 16.5.1. Comunicação interpessoal
- 16.5.2. Ferramentas de comunicação interpessoal
- 16.5.3. Comunicação na organização
- 16.5.4. Ferramentas na organização

16.6. Comunicação em situações de crise

- 16.6.1. Crise
- 16.6.2. Fases da crise
- 16.6.3. Mensagens: conteúdos e momentos

16.7. Preparação de um plano de crise

- 16.7.1. Análise de possíveis problemas
- 16.7.2. Planeamento
- 16.7.3. Adequação do pessoal

16.8. Inteligência emocional

- 16.8.1. Inteligência emocional e comunicação
- 16.8.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
- 16.8.3. Autoestima e comunicação emocional

16.9. Branding Pessoal

- 16.9.1. Estratégias para desenvolver a marca pessoal
- 16.9.2. Leis do branding pessoal
- 16.9.3. Ferramentas de construção de marcas pessoais

16.10. Liderança e gestão de equipas

- 16.10.1. Liderança e estilos de liderança
- 16.10.2. Capacidades e desafios do Líder
- 16.10.3. Gestão de Processos de Mudança
- 16.10.4. Gestão de Equipas Multiculturais

07

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

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

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





“

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

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

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

“

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



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



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

Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

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

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

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



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

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

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

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

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



Material de estudo

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

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



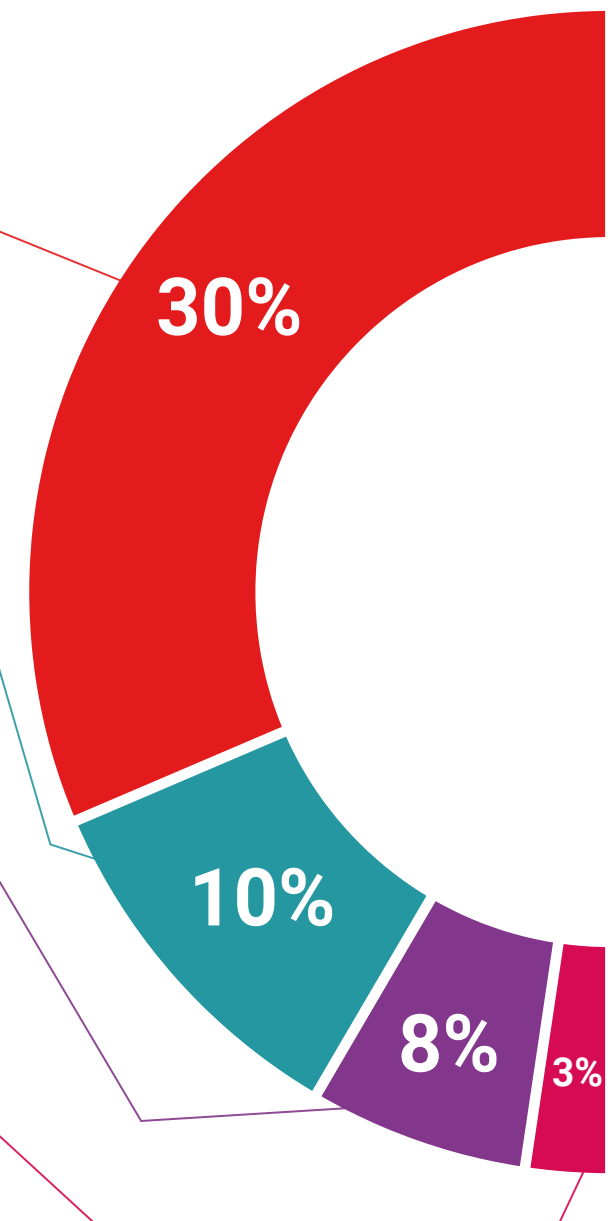
Práticas de aptidões e competências

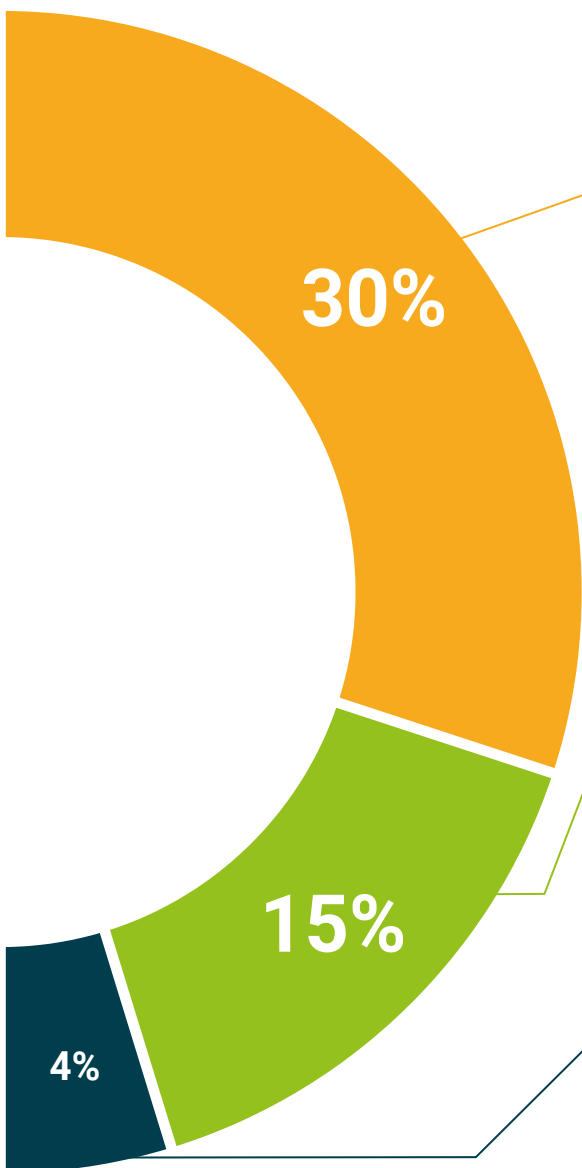
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

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



**Case studies**

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

**Resumos interativos**

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

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

**Testing & Retesting**

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



08

O perfil dos nossos alunos

O MBA Internacional é um programa destinado aos profissionais de gestão e executivos que desejam atualizar seus conhecimentos, descobrir novas formas de gerir e liderar as suas empresas, avançar nas suas carreiras profissionais. A diversidade de participantes com diferentes perfis acadêmicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.



“

*Os nossos estudantes são profissionais experientes
à procura de um trabalho melhor"*

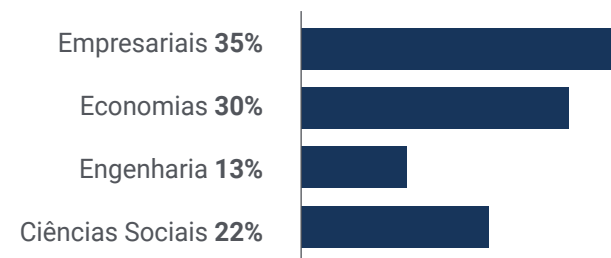
Idade média

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

Anos de experiência



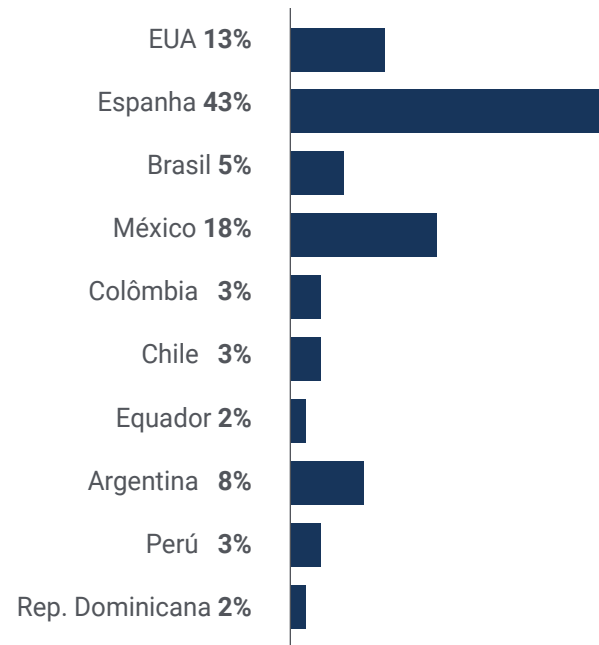
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Héctor Albereda

Business Manager Estados Unidos e Ásia

"Os negócios internacionais exigem uma ampla especialização e conhecimento das finanças e dos mercados globalizados. A atualização de conhecimentos é, portanto, indispensável, uma vez que se trabalha num ambiente altamente competitivo e em constante mudança. Eu recomendaria definitivamente este programa que recomendo a qualquer pessoa que deseje especializar-se neste campo"

09

Impacto na 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 deste Executive Master é tem uma grande hipótese de o conseguir. Por conseguinte, não deve perder a oportunidade que a TECH oferece de se especializar com a melhor equipa nesta área de grande procura profissional.



“

O nosso objetivo é criar uma mudança positiva na sua carreira e estamos totalmente empenhados em ajudá-lo a alcançar este objetivo”

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

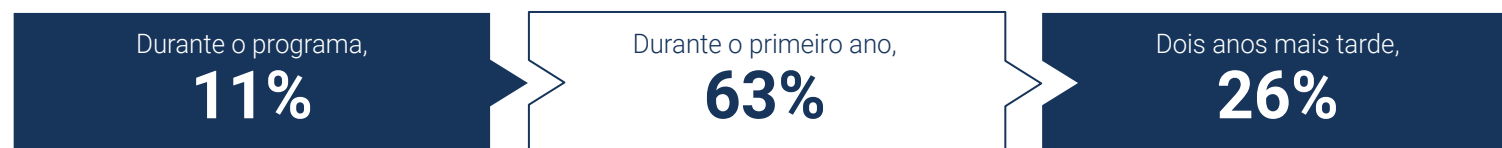
O MBA Internacional da TECH é um programa intenso que prepara que os alunos para enfrentar desafios e decisões empresariais a nível internacional. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional. Ajudamo-lo a alcançar o seu sucesso.

Por isso, se pretende superar-se si mesmo, fazer uma mudança profissional positiva e trabalhar em rede com os melhores, este é o lugar para si.

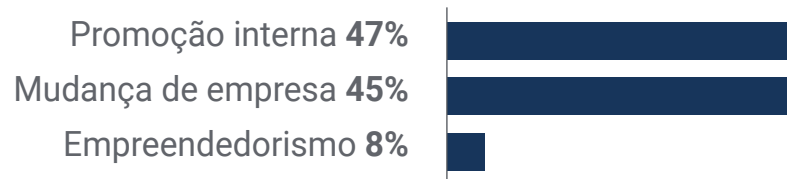
*Gerir com sucesso
nos negócios
internacionais e
alcançar os objetivos
da sua empresa.*

*Atinja a mudança
profissional que deseja,
completando este
programa abrangente.*

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa significa um aumento salarial de mais de **25,22%** para os nossos estudantes



10

Benefícios para a sua empresa

O Executive Master em MBA Internacional contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da especialização de líderes de alto nível. Por conseguinte, participar neste programa académico é uma oportunidade única de adquirir as competências necessárias para desenvolver na gestão de topo, mas também de construir uma poderosa rede de contactos na qual encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.



“

Depois de estudar na TECH poderá trazer para a empresa uma nova visão de negócio com a qual poderá realizar mudanças relevantes na organização"

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

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

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

02

Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga de talentos

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

03

Construção de agentes de mudança

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

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

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



05

Desenvolvimento de projetos próprios

Para o gestor trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos na área de I&D ou desenvolvimento de negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

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

11

Certificação

O MBA Internacional garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Global University.



“

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

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Executive Master MBA Internacional** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

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

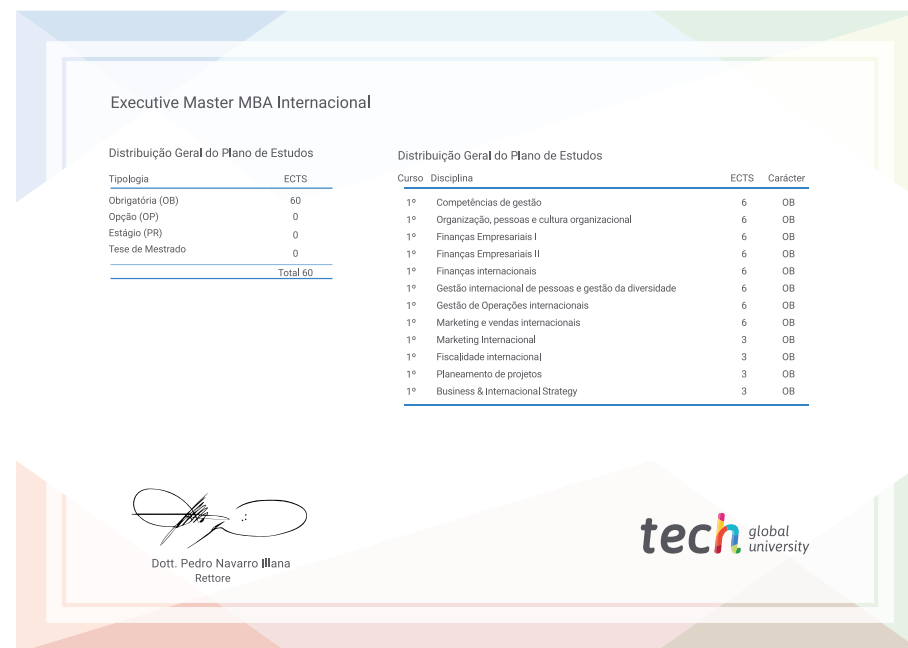
Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Título: **Executive Master MBA Internacional**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Acreditação: **60 ECTS**





Executive Master MBA Internacional

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

Executive Master MBA Internacional