





Advanced Master Alta Gestão Financeira

» Modalidade: online

» Duração: 2 anos

» Certificado: TECH Universidade Tecnológica

» Horário: no seu próprio ritmo

» Provas: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/advanced-master/advanced-master-alta-gestao-financiera

Índice

03 Apresentação do programa Por que estudar na TECH? Plano de estudos pág. 4 pág. 8 pág. 12 05 06 Objetivos de ensino Oportunidades profissionais Metodologia de estudo pág. 32 pág. 38 pág. 42 80 Equipe de professores Certificação

pág. 52

pág. 74





tech 06 | Apresentação do programa

Em um ambiente de negócios caracterizado pela globalização e pela incerteza econômica, a alta gestão financeira é fundamental para garantir a viabilidade e o crescimento das empresas. Nesse sentido, os CFOs desempenham um papel fundamental na tomada de decisões estratégicas, no planejamento de investimentos, no gerenciamento de riscos e na maximização do valor para os acionistas. Portanto, os especialistas precisam incorporar técnicas de ponta em sua prática para orientar com sucesso as organizações em direção à sustentabilidade econômica, usando ferramentas avançadas de análise e tomada de decisão.

Nesse contexto, a TECH apresenta um revolucionário Advanced Master em Alta Gestão Financeira. Elaborado pelos principais especialistas da área, o programa acadêmico abordará temas que vão desde os fundamentos do *management* executivo ou métodos para otimizar significativamente a contabilidade financeira até a identificação precoce de riscos, como volatilidade do mercado ou flutuações cambiais. Assim, os alunos terão as competências necessárias para tomar decisões financeiras estratégicas, gerenciar recursos de forma eficiente e garantir a estabilidade financeira de longo prazo.

A metodologia desse programa reforça seu caráter inovador. A TECH oferece um ambiente educacional 100% online, adaptado às necessidades dos profissionais que desejam avançar em suas carreiras. Também emprega a metodologia *Relearning*, baseada na repetição de conceitos-chave para fixar o conhecimento. Assim, a combinação de flexibilidade e uma abordagem pedagógica robusta o torna altamente acessível. Além disso, os especialistas terão acesso a uma biblioteca didática com uma variedade de recursos multimídia em diferentes formatos, como resumos interativos, vídeos explicativos e infográficos. Além disso, inclui *Masterclasses* completas por um prestigiado diretor convidado internacional.

Este **Advanced Master em Alta Gestão Financeira** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Alta Gestão Financeira
- O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- Contém exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- Ênfase particular em metodologias inovadoras na área financeira
- Aulas teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Um renomado Diretor Internacional Convidado ministrará Masterclasses intensivas que se aprofundarão nas mais recentes inovações no campo da Alta Gestão Financeira"

Apresentação do programa | 07 tech



Você será capaz de gerenciar a estrutura de capital da empresa, otimizando a combinação entre dívida e patrimônio líquido para maximizar a eficiência financeira"

Seu corpo docente inclui profissionais da área de finanças, que trazem sua experiência profissional para este programa, além de especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo e programado para capacitar em situações reais.

Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o aluno deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do programa. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, realizado por especialistas reconhecidos nesta área.

Você lidará com técnicas avançadas, como a análise de fluxo de caixa descontado, para avaliar projetos de investimento.

Um plano de estudos, baseado na revolucionária metodologia Relearning, que o ajudará a consolidar conceitos complexos com eficiência e dinamismo.







tech 10 | Por que estudar na TECH?

A melhor universidade online do mundo de acordo com a FORBES

A conceituada revista Forbes, especializada em negócios e finanças, destacou a TECH como «a melhor universidade online do mundo». Foi o que afirmou recentemente em um artigo de sua edição digital, no qual faz referência à história de sucesso dessa instituição, «graças à oferta acadêmica que oferece, à seleção de seu corpo docente e a um método de aprendizagem inovador destinado a formar os profissionais do futuro».

A melhor equipe de professores top internacional

A equipe de professores da TECH é composta por mais de 6.000 profissionais de renome internacional. Professores, pesquisadores e executivos seniores de multinacionais, incluindo Isaiah Covington, técnico de desempenho do Boston Celtics; Magda Romanska, pesquisadora principal do Harvard MetaLAB; Ignacio Wistumba, presidente do departamento de patologia molecular translacional do MD Anderson Cancer Center; e D.W. Pine, diretor de criação da revista TIME, entre outros.

A maior universidade digital do mundo

A TECH é a maior universidade digital do mundo.
A TECH é a maior universidade digital do mundo.
Somos a maior instituição educacional, com o melhor e mais amplo catálogo educacional digital, 100% online, abrangendo a grande maioria das áreas do conhecimento. Oferecemos o maior número de cursos próprios, pós-graduações e graduações oficiais do mundo. No total, são mais de 14.000 programas universitários em onze idiomas diferentes, o que nos torna a maior instituição de ensino do mundo.



Os planos de estudos mais completos do panorama universitário

A TECH oferece os planos de estudos mais completos do cenário universitário, com programas que abrangem conceitos fundamentais e, ao mesmo tempo, os principais avanços científicos em suas áreas específicas. Além disso, esses programas são continuamente atualizados para garantir aos alunos a vanguarda acadêmica e as habilidades profissionais mais procuradas. Dessa forma, os programas da universidade proporcionam aos seus alunos uma vantagem significativa para impulsionar suas carreiras rumo ao sucesso.

Um método de aprendizado único

A TECH é a primeira universidade a utilizar o *Relearning* em todos os seus cursos. É a melhor metodologia de aprendizagem online, credenciada com certificações internacionais de qualidade de ensino, fornecidas por agências educacionais de prestígio. Além disso, esse modelo acadêmico disruptivo é complementado pelo "Método do Caso", configurando assim uma estratégia única de ensino online. Também são implementados recursos didáticos inovadores, incluindo videos detalhados, infográficos e resumos interativos.

A universidade online oficial da NBA

A TECH é a Universidade Online Oficial da NBA. Por meio de um acordo com a maior liga de basquete do mundo, oferece aos seus alunos programas universitários exclusivos, além de uma grande variedade de recursos educacionais voltados para o negócio da liga e outras áreas da indústria esportiva. Cada programa tem um plano de estudos único e conta com palestrantes convidados excepcionais: profissionais com trajetórias esportivas destacadas que compartilham suas experiências sobre os temas mais relevantes.

Líderes em empregabilidade

A TECH se consolidou como a universidade líder em empregabilidade. 99% dos seus alunos conseguem um emprego na área que estudaram em até um ano após a conclusão de qualquer programa da universidade. Um número semelhante obtém uma melhoria imediata em sua carreira. Isso é possível graças a uma metodologia de ensino baseada na aquisição de competências práticas, essenciais para o desenvolvimento profissional.



Google Partner Premier







A Universidade mais bem avaliada por seus alunos

A gigante da tecnologia Google concedeu à TECH o selo Google Partner Premier. Esse reconhecimento, disponível apenas para 3% das empresas no mundo, destaca a experiência eficaz, flexível e adaptada que a universidade oferece aos seus alunos. O reconhecimento não apenas credencia o máximo rigor, desempenho e investimento nas infraestruturas digitais da TECH, mas também coloca essa universidade como uma das empresas de tecnologia mais avançadas do mundo.

O site de avaliação Global score posicionou a TECH como a universidade mais bem avaliada do mundo por seus alunos. Esse portal de avaliações, o mais confiável e prestigiado, pois verifica e valida a autenticidade de cada opinião publicada, concedeu à TECH a sua classificação mais alta, 4,9 de 5, com base em mais de 1000 avaliações recebidas. Esses números colocam a TECH como referência absoluta de universidade internacional.





tech 14 | Plano de estudos

Módulo 1. Liderança, Ética e Responsabilidade Social da Empresa

- 1.1. Globalização e governança
 - 1.1.1. Governança e governo corporativo
 - 1.1.2. Fundamentos da governança corporativa nas empresas
 - 1.1.3. O papel do Conselho de Administração na estrutura da Governança Corporativa
- 1.2. Liderança
 - 1.2.1. Liderança. Uma abordagem conceitual
 - 1.2.2. Liderança nos negócios
 - 1.2.3. A importância do Líder na Direção de Empresas
- 1.3. CrossCultural Management
 - 1.3.1. Conceito de Cross Cultural Management
 - 1.3.2. Contribuições para o conhecimento das culturas nacionais
 - 1.3.3. Gestão de diversidade
- 1.4. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 1.4.1. Conceito de desenvolvimento gerencial
 - 1.4.2. Conceito de liderança
 - 1.4.3. Teorias de liderança
 - 1.4.4. Estilos de liderança
 - 1.4.5. Inteligência na liderança
 - 1.4.6. Os desafios da liderança hoje
- 1.5. Ética empresarial
 - 1.5.1. Ética e moral
 - 1.5.2. Ética empresarial
 - 1.5.3. Liderança e ética nos negócios
- 1.6. Sustentabilidade
 - 1.6.1. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável
 - 1.6.2. Agenda 2030
 - 1.6.3. Empresas sustentáveis
- 1.7. Responsabilidade social da empresa
 - 1.7.1. A dimensão internacional da responsabilidade social corporativa
 - 1.7.2. Implementação da responsabilidade social corporativa
 - 1.7.3. Impacto e medição da responsabilidade social corporativa

- 1.8. Sistemas e ferramentas de gerenciamento responsável
 - 1.8.1. RSC: Responsabilidade social corporativa
 - 1.8.2. Aspectos fundamentais na implementação de uma estratégia de gestão responsável
 - 1.8.3. Etapas para a implementação de um sistema de gestão de responsabilidade social corporativa
 - 1.8.4. Ferramentas e padrões da Responsabilidade Social Corporativa
- 1.9. Multinacionais e direitos humanos
 - 1.9.1. Globalização, empresas multinacionais e direitos humanos
 - 1.9.2. Empresas multinacionais e direito internacional
 - 1.9.3. Instrumentos legais para multinacionais na área de direitos humanos
- 1.10. Ambiente legal e corporate governance
 - 1.10.1. Regras internacionais de importação e exportação
 - 1.10.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 1.10.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 2. Gestão estratégica e Gestão gerencial

- 2.1. Análise e projeto organizacional
 - 2.1.1. Estrutura conceitual
 - 2.1.2. Fatores-chave no design organizacional
 - 2.1.3. Modelos básicos de organização
 - 2.1.4. Projeto organizacional
- 2.2. Estratégia Corporativa
 - 2.2.1. Estratégia corporativa competitiva
 - 2.2.2. Estratégias de crescimento: Tipologia
 - 2.2.3. Estrutura conceitual
- 2.3. Planejamento e Formulação Estratégica
 - 2.3.1. Estrutura conceitual
 - 2.3.2. Elementos do planejamento estratégico
 - 2.3.3. Formulação estratégica: O processo do planejamento estratégico
- 2.4. Pensamento estratégico
 - 2.4.1. A empresa como um sistema
 - 2.4.2. Conceito de organização

- 2.5. Diagnóstico financeiro
 - 2.5.1. Conceito de diagnóstico financeiro
 - 2.5.2. Etapas do diagnóstico financeiro
 - 2.5.3. Métodos de avaliação para o diagnóstico financeiro
- 2.6. Planejamento e Estratégia
 - 2.6.1. O plano de uma estratégia
 - 2.6.2. Posicionamento estratégico
 - 2.6.3. Estratégia nos negócios
- 2.7. Modelos e Padrões Estratégicos
 - 2.7.1. Estrutura conceitual
 - 2.7.2. Modelos estratégicos
 - 2.7.3. Padrões estratégicos: Os cinco P's da estratégia
- 2.8. Estratégia Competitiva
 - 2.8.1. A vantagem competitiva
 - 2.8.2. Escolha de uma estratégia competitiva
 - 2.8.3. Estratégias de acordo com o modelo do relógio estratégico
 - 2.8.4. Tipos de estratégias de acordo com o ciclo de vida do setor industrial
- 2.9. Gestão estratégica
 - 2.9.1. O conceito de estratégia
 - 2.9.2. O processo de gestão estratégica
 - 2.9.3. Abordagens para a gestão estratégica
- 2.10. Implementação da estratégia
 - 2.10.1. Sistemas indicadores e abordagem de processo
 - 2.10.2. Mapa estratégico
 - 2.10.3. Alinhamento estratégico
- 2.11. Management executivo
 - 2.11.1. Estrutura conceitual do *Management* Diretivo
 - 2.11.2. *Management* executivo O papel do Conselho de Administração e ferramentas de gestão Corporativa
- 2.12. Comunicação estratégica
 - 2.12.1. Comunicação interpessoal
 - 2.12.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 2.12.3. Comunicação interna
 - 2.12.4. Barreiras à comunicação empresarial

Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

- 3.1. Comportamento organizacional
 - 3.1.1. Comportamento organizacional Estrutura conceitual
 - 3.1.2. Principais fatores do comportamento organizacional
- 3.2. As pessoas nas organizações
 - 3.2.1. Qualidade de vida profissional e bem-estar psicológico
 - 3.2.2. Equipes de trabalho e direção de reuniões
 - 3.2.3. Coaching e gestão de equipes
 - 3.2.4. Gestão da igualdade e diversidade
- 3.3. Gestão estratégica de pessoas
 - 3.3.1. Gestão estratégica e recursos humanos
 - 3.3.2. Gestão estratégica de pessoas
- 3.4. Evolução dos recursos. Uma visão integrada
 - 3.4.1. A Importância de Recursos Humanos
 - 3.4.2. Um novo ambiente para gerenciamento e liderança de pessoas
 - 3.4.3. Gestão estratégica de recursos humanos
- 3.5. Seleção, dinâmica de grupo e recrutamento de Recursos Humanos
 - 3.5.1. Abordagem de recrutamento e seleção
 - 3.5.2 Recrutamento
 - 8.5.3. O processo de seleção
- 3.6. Gestão de recursos humanos por competências
 - 3.6.1. Análise do potencial
 - 3.6.2. Política de remuneração
 - 3.6.3. Planos de carreira/sucessão
- 3.7. Avaliação de performance e gestão de desempenho
 - 3.7.1. Gestão de desempenho
 - 3.7.2. Gestão de desempenho: objetivos e processo
- 3.8. Gestão de capacitação
 - 3.8.1. Teorias de aprendizagem
 - 3.8.2. Identificação e retenção de talentos
 - 3.8.3. Gamificação e gestão de talentos
 - 3.8.4. Capacitação e obsolescência profissional

tech 16 | Plano de estudos

3.9. Gestão do talento		do talento		
	3.9.1.	Chaves para uma gestão positiva		
	3.9.2.	Origem conceitual do talento e sua implicação na empresa		
	3.9.3.	Mapa de talentos na organização		
	3.9.4.	Custo e valor agregado		
3.10.	Inovaçã	ío na gestão de talento e de pessoas		
	3.10.1.	Modelos estratégicos de gestão de talentos		
	3.10.2.	Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento		
	3.10.3.	Lealdade e retenção		
	3.10.4.	Proatividade e inovação		
3.11.	Motiva	ção		
	3.11.1.	A natureza da motivação		
	3.11.2.	Teoria das expectativas		
	3.11.3.	Teorias de necessidades		
	3.11.4.	Motivação e compensação financeira		
3.12.	Employer branding			
	3.12.1.	Employer branding em Recursos Humanos		
	3.12.2.	Personal Branding para profissionais de Recursos humanos		
3.13.	Desenv	olvimento de equipes de alto desempenho		
	3.13.1.	Equipes de alto desempenho: equipes autogerenciadas		
	3.13.2.	Metodologias para gerenciar equipes autogerenciadas de alto desempenho		
3.14.	Desenvolvimento da competência gerencial			
	3.14.1.	O que são competências gerenciais?		
	3.14.2.	Elementos de competências		
	3.14.3.	Conhecimentos		
	3.14.4.	Habilidades gerenciais		
	3.14.5.	Atitudes e valores dos gerentes		
	3.14.6.	Habilidades de gestão		
3.15.	Gestão	do tempo		
	3.15.1.	Benefícios		
	3.15.2.	Quais podem ser as causas da má administração do tempo?		
	3.15.3.	Tempo		
	3.15.4.	As ilusões do tempo		
	3.15.5.	Atenção e memória		

	3.15.6.	Estado mental
	3.15.7.	Gestão do tempo
	3.15.8.	Proatividade
	3.15.9.	Seja claro quanto ao objetivo
	3.15.10). Ordem
	3.15.11	. Planejamento
3.16.	Gestão	de mudanças
	3.16.1.	Gestão de mudanças
	3.16.2.	Tipo de processos de gerenciamento de mudanças
	3.16.3.	Estágios ou fases do gerenciamento de mudanças
3.17.	Negocia	ação e gestão de conflitos
	3.17.1.	Negociação
	3.17.2.	Gestão de conflitos
	3.17.3.	Gestão de crises
3.18.	Comun	icação gerencial
	3.18.1.	Comunicação interna e externa no ambiente de negócios
	3.18.2.	Departamento de Comunicação
	3.18.3.	O responsável pela comunicação da empresa O perfil do Dircom
3.19.	Gestão	de Recursos Humanos e Equipes de Prevenção de Riscos Ocupacionais
	3.19.1.	Gestão de recursos humanos e equipes
	3.19.2.	Prevenção de riscos ocupacionais
3.20.	Produti	vidade, atração, retenção e ativação de talentos
	3.20.1.	Produtividade
	3.20.2.	Alavancas de atração e retenção talentos
3.21.	Compe	nsação monetária x não monetária
	3.21.1.	Compensação monetária x não monetária
	3.21.2.	Modelos de faixas salariais
	3.21.3.	Modelos de compensação não monetária
	3.21.4.	Modelos de trabalho
	3.21.5.	Comunidade corporativa
	3.21.6.	Imagem da empresa
	3.21.7.	Salário emocional I

Plano de estudos | 17 tech

- 3.22. Inovação na gestão de talento e de pessoas
 - 3.22.1. Inovação nas organizações
 - 3.22.2. Novos desafios para o departamento de Recursos Humanos
 - 3.22.3. Gestão da inovação
 - 3.22.4. Ferramentas para a Inovação
- 3.23. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.23.1. Gestão do conhecimento e do talento
 - 3.23.2. Implementação da gestão do conhecimento
- 3.24. Transformação de Recursos Humanos na Era Digital
 - 3.24.1. O contexto socioeconômico
 - 3.24.2. Novas formas de organização empresarial
 - 3.24.3. Novas metodologias

Módulo 4. Gestão econômico-financeira

- 4.1. Ambiente Econômico
 - 4.1.1. Ambiente macroeconômico e o sistema financeiro nacional
 - 4.1.2. Instituições financeiras
 - 4.1.3. Mercados financeiros
 - 414 Ativos financeiros
 - 4.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 4.2. O financiamento da empresa
 - 4.2.1. Fontes de financiamento
 - 4.2.2. Tipos de custo no financiamento
- 4.3. Contabilidade Gerencial
 - 4.3.1. Conceitos básicos
 - 4.3.2. Os ativos da empresa
 - 4.3.3. Os passivos da empresa
 - 4.3.4. O patrimônio líquido da empresa
 - 4.3.5. A demonstração de resultados
- 4.4. Da contabilidade geral à contabilidade de custos
 - 4.4.1. Elementos de cálculo de custos
 - 4.4.2. Gastos em geral e contabilidade de custos
 - 4.4.3. Classificação dos custos

- 4.5. Sistemas de informação e Business Intelligence
 - 4.5.1. Fundamentos e classificação
 - 4.5.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 4.5.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 4.6. Orçamento e controle de gestão
 - 4.6.1. O modelo orçamentário
 - 4.6.2. O orçamento do capital
 - 4.6.3. O orçamento de exploração
 - 4.6.5. O orçamento de tesouraria
 - 4.6.6. Controle orçamentário
- 4.7. Gestão de tesouraria
 - 4.7.1. Fundo de manobra contábil e capital de giro necessário
 - 4.7.2. Cálculo dos requisitos operacionais de fundos
 - 4.7.3. Credit management
- 4.8. Responsabilidade fiscal das empresas
 - 4.8.1. Conceitos fiscais básicos
 - 4.8.2. Imposto de renda corporativo
 - 4.8.3. Imposto sobre o valor agregado
 - 4.8.4. Outros impostos relacionados a à atividade comercial
 - 4.8.5. As empresas como facilitadoras do trabalho do Estado
- 4.9. Sistemas de controles das empresas
 - 4.9.1. Análise das demonstrações financeiras
 - 4.9.2. O balanço da empresa
 - 4.9.3. A conta de lucros e perdas
 - 4.9.4. A demonstração de fluxos de caixa
 - 4.9.5. Análise de proporção
- 4.10. Gestão Financeira
 - 4.10.1. As decisões financeiras da empresa
 - 4.10.2. Departamento Financeiro
 - 4.10.3. Excedentes de caixa
 - 4.10.4. Riscos associados à gestão financeira
 - 4.10.5. Gerenciamento de riscos da gestão financeira

tech 18 | Plano de estudos

4.11.	1. Planejamento financeiro			
	4.11.1.	Definição de planejamento financeiro		
	4.11.2.	Ações a serem tomadas no planejamento financeiro		
	4.11.3.	Criação e estabelecimento da estratégia de negócios		
	4.11.4.	O quadro Cash Flow		
	4.11.5.	Balanced Scorecard		
4.12.	Estraté	gia financeira corporativa		
	4.12.1.	Estratégia corporativa e fontes de financiamento		
	4.12.2.	Produtos financeiros de financiamento empresarial		
4.13.	Context	to macroeconômico		
	4.13.1.	Contexto macroeconômico		
	4.13.2.	Indicadores econômicos		
	4.13.3.	Mecanismos de monitoramento de magnitudes macroeconômicas		
	4.13.4.	Os ciclos econômicos		
4.14.	Financia	amento estratégico		
	4.14.1.	Autofinanciamento		
	4.14.2.	Aumento dos fundos próprios		
	4.14.3.	Recursos híbridos		
	4.14.4.	Financiamento por meio de intermediários		
4.15.	Mercados financeiros e de capitais			
	4.15.1.	Mercado monetário		
	4.15.2.	Mercado de renda fixa		
	4.15.3.	Mercado de Renda Variável		
	4.15.4.	O mercado de divisas estrangeiras		
	4.15.5.	A Bolsa de Derivativos		
4.16.	Análise	e planejamento financeiro		
	4.16.1.	Análise de balanço		
	4.16.2.	Análise da demonstração de resultados		
	4.16.3.	Análise da rentabilidade		
4.17.	Análise	e resolução de casos/problemas		

4.17.1. Informações financeiras da Industria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

Módulo 5. Gestão operacional e logística

- 5.1. Direção e gestão de operações
 - 5.1.1. O papel das operações
 - 5.1.2. O impacto das operações na gestão de negócios
 - 5.1.3. Introdução à estratégia de operações
- 5.2. Organização industrial e logística
 - 5.2.1. Departamento de Organização Industrial
- 5.3. Estrutura e tipos de produção (MTS, MTO, ATO, ETO,.)
 - 5.3.1. Sistemas de produção
 - 5.3.2. Estratégia de produção
 - 5.3.3. Sistemas de gestão de inventário
 - 5.3.4. Indicadores de produção
- 5.4. Estrutura e tipos de suprimentos
 - 5.4.1. Função do aprovisionamento
 - 5.4.2. Gerenciamento de aquisições
 - 5.4.3. Tipos de compra
 - 5.4.4. Gerenciamento de compras de uma empresa com eficiência
 - 5.4.5. Estágios do processo de decisão de compra
- 5.5. Controle econômico das compras
 - 5.5.1. Influência econômico das compras
 - 5.5.2. Centro de custos
 - 5.5.3. Orçamentos
 - 5.5.4. Orçamento x gasto real
 - 5.5.5. Ferramentas de controle orçamentário
- 5.6. Controle das operações de armazéns
 - 5.6.1. Controle de inventário
 - 5.6.2. Sistema de localização
 - 5.6.3. Técnicas de gestão de estoque
 - 5.6.4. Sistemas de armazenamento

Plano de estudos | 19 tech

5.7.	Gestão	estratégica	de	compras

- 5.7.1. Estratégia Empresarial
- 5.7.2. Planejamento estratégico
- 5.7.3. Estratégia de compras
- 5.8. Tipologia da cadeia de abastecimentos
 - 5.8.1. Cadeia de abastecimento
 - 5.8.2. Benefícios do gerenciamento da cadeia de suprimentos
 - 5.8.3. Cadeia de abastecimento

5.9. Supply chain management

- 5.9.1. Gerenciamento da cadeia de suprimentos
- 5.9.2. Custos e eficiência da cadeia de operações
- 5.9.3. Padrões de demanda
- 5.9.4. Estratégia e mudança de operações

5.10. Interações do SCA com todas as áreas

- 5.10.1. Interação da cadeia de abastecimentos
- 5.10.2. Interação da cadeia de abastecimentos. Integração por partes
- 5.10.3. Problemas de integração da cadeia de abastecimentos
- 5.10.4. Cadeia de abastecimento 4.0.

5.11. Custos da logística

- 5.11.1. Custos logísticos
- 5.11.2. Problemas de custos logísticos
- 5.11.3. Otimização dos custos logísticos
- 5.12. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas: KPIS
 - 5.12.1. Cadeia logística
 - 5.12.2. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas
 - 5.12.3. Indicadores Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas

5.13. Gestão de processos

- 5.13.1. A gestão dos processos
- 5.13.2. Abordagem baseada em processos: mapeamento de processos
- 5.13.3. Melhorias na gestão de processos
- 5.14. Distribuição e logística transporte
 - 5.14.1. Distribuição na cadeia de suprimentos
 - 5.14.2. Logística de transporte
 - 5.14.3. Sistemas de informações geográficas como suporte à logística

5.15. Logística e clientes

- 5.15.1. Análise da demanda
- 5.15.2. Previsão de demanda e vendas
- 5.15.3. Planejamento de vendas e operações
- 5.15.4. Planejamento participativo, previsão e reabastecimento

5.16. Logística internacional

- 5.16.1. Processos de exportação e importação
- 5.16.2. Alfândega
- 5.16.3. Formas e meios de pagamento internacional
- 5.16.4. Plataformas logísticas internacionais

5.17. Outsourcing de operações

- 5.17.1. Gestão de Operações e Outsourcing
- 5.17.2. Implementação do outsourcing em ambientes logísticos

5.18. Competitividade nas operações

- 5.18.1. Gestão de operações
- 5.18.2. Competitividade operacional
- 5.18.3. Estratégia de operações e vantagens competitivas

5.19. Gestão da qualidade

- 5.19.1. Clientes internos e externos
- 5.19.2. Os custos da qualidade
- 5.19.3. A melhoria contínua e a filosofia Deming

Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

6.1. Meios tecnológicos

- 6.1.1. Tecnologia e globalização
- 6.1.2. Ambiente econômico e tecnologia
- 6.1.3. Ambiente tecnológico e seu impacto nas empresas

6.2. Sistemas e tecnologias de informação nos negócios

- 6.2.1. Evolução do modelo de TI
- 6.2.2. Organização e departamento de TI
- 6.2.3. Tecnologia da informação e ambiente econômico

tech 20 | Plano de estudos

- 6.3. Estratégia corporativa e estratégia tecnológica
 - 6.3.1. Criação de valor para clientes e acionistas
 - 6.3.2. Decisões estratégicas SI/TI
 - 6.3.3. Estratégia corporativa vs. tecnologia e estratégia digital
- 6.4. Gestão de Sistemas de Informação
 - 6.4.1. Governança corporativa de tecnologia e sistemas de informação
 - 6.4.2. Gerenciamento de sistemas de informação nas empresas
 - 6.4.3. Gestores de sistemas de informações especializadas: papéis e funções
- 6.5. Planejamento estratégico de sistemas de informação
 - 6.5.1. Planejamento estratégico de sistemas de informação
 - 6.5.3. Fases do planejamento estratégico dos sistemas de informação
- 6.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões
 - 6.6.1. Business intelligence
 - 6.6.2. Data Warehouse
 - 6.6.3. BSC ou Balanced Scorecard
- 6.7. Explorando informações
 - 6.7.1. SQL: Bases de dados relacional. Conceitos básicos
 - 6.7.2. Redes e comunicações
 - 6.7.3. Sistema operacional: modelos de dados padronizados
 - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional e Dashboards gráficos
 - 6.7.5. Análise estratégica do BD e composição do relatório
- 6.8. Business Intelligence empresarial
 - 6.8.1. O mundo dos dados
 - 6.8.2. Conceitos relevantes
 - 6.8.3. Principais características
 - 6.8.4. Soluções no mercado atual
 - 6.8.5. Arquitetura geral de uma solução BI
 - 6.8.6. Ciber-segurança em BI e Data Science
- 6.9. Novo conceito empresarial
 - 6.9.1. Por que a BI?
 - 6.9.2. Obtenção da Informação
 - 6.9.4. Razões para investir em Bl

- 6.10. Ferramentas e soluções de BI
 - 6.10.1. Como escolher a melhor ferramenta?
 - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
 - 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
 - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planejamento e gestão do Projeto Bl
 - 6.11.1. Primeiros passos para definir um projeto de BI
 - 6.11.2. Solução BI para sua empresa
 - 6.11.3. Requisitos e objetivos
- 6.12. Aplicações de gestão corporativa
 - 6.12.1. Sistemas de informação e Gestão corporativa
 - 6.12.2. Aplicações para a gestão corporativa
 - 6.12.3. Sistemas Enterpise Resource Planning ou ERP
- 6.13. Transformação Digital
 - 6.13.1. Estrutura conceitual para transformação digital
 - 6.13.2. Transformação digital; elementos-chave, benefícios e desvantagens
 - 6.13.3. Transformação digital nas empresas
- 6.14. Tecnologias e tendências
 - 6.14.1. Principais tendências em tecnologia que estão mudando os modelos de negócios
 - 6.14.2. Análise das principais tecnologias emergentes
- 6.15. Outsourcing de TI
 - 6.15.1. Estrutura conceitual do outsourcing
 - 6.15.2. Outsourcing e seu impacto nos negócios
 - 6.15.3. Fatores-chave para a implementação de um sistema corporativo de *outsourcing* de TI

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégica e Comunicação Corporativa

- 7.1. Gestão Comercial
 - 7.1.1. Estrutura conceitual para Gestão Comercial
 - 7.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
 - 7.1.3. A função dos gerentes comerciais
- 7.2. Marketing
 - 7.2.1. Conceito de Marketing
 - 7.2.2. Noções básicas de marketing
 - 7.2.3. Atividades de marketing da empresa
- 7.3. Gestão estratégica de Marketing
 - 7.3.1. Conceito de marketing estratégico
 - 7.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
 - 7.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- 7.4. Marketing digital e e-commerce
 - 7.4.1. Objetivos do marketing digital e comércio eletrônico
 - 7.4.2. Marketing digital e mídia utilizada
 - 7.4.3. Comércio eletrônico Contexto geral
 - 7.4.4. Categoria: do comércio eletrônico
 - 7.4.5. Vantagens e desvantagens do E-Commerce em relação ao comércio tradicional
- 7.5. Managing digital business
 - 7.5.1. Estratégia competitiva diante do aumento da digitalização da mídia
 - 7.5.2. Design e criação de um plano de Marketing Digital
 - 7.5.3. Análise do ROI em um plano de Marketing Digital
- 7.6. Marketing digital para fortalecer a marca
 - 7.6.1. Estratégias online para melhorar a reputação de sua marca
 - 7.6.2. Branded Content & Storytelling
- 7.7. Estratégia de Marketing Digital
 - 7.7.1. Definir a estratégia de Marketing Digital
 - 7.7.2. Ferramentas de estratégia de marketing digital

- 7.8. Marketing digital para atrair e reter clientes
 - 7.8.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
 - 7.8.2. Visitor Relationship Management
 - 7.8.3. Hipersegmentação
- 7.9. Gerenciamento de campanhas digitais
 - 7.9.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
 - 7.9.2. Etapas para lançar uma campanha de marketing online
 - 7.9.3. Erros em campanhas de publicidade digital
- 7.10. Plano de Marketing Online
 - 7.10.1. O que é um plano de marketing online?
 - 7.10.2. Etapas para criar um plano de marketing online
 - 7.10.3. Vantagens de ter um plano de marketing online
- 7.11. Blended Marketing
 - 7.11.1. O que é *Blended* Marketing?
 - 7.11.2. Diferenças entre marketing online e offline
 - 7.11.3. Aspectos a serem levados em conta na estratégia de Blended Marketing
 - 7.11.4. Características de uma estratégia de Blended Marketing
 - 7.11.5. Recomendações em Blended Marketing
 - 7.11.6. Beneficios do Blended Marketing
- 7.12. Estratégia de Vendas
 - 7.12.1. Estratégia de Vendas
 - 7.12.2. Métodos de Vendas
- 7.13. Comunicações corporativas
 - 7.13.1. Conceito
 - 7.13.2. Importância da comunicação na organização
 - 7.13.3. Tipo da comunicação nas organizações
 - 7.13.4. Funções da comunicação na organização
 - 7.13.5. Elementos da comunicação
 - 7.13.6. Problemas de comunicação
 - 7.13.7. Cenários de comunicação

tech 22 | Plano de estudos

- 7.14. Estratégia de comunicação corporativa
 - 7.14.1. Programas de motivação, ação social, participação e treinamento com Recursos Humanos
 - 7.14.2. Ferramentas de comunicação interna e mídia
 - 7.14.3. O plano de comunicação interna
- 7.15. Comunicação e reputação digital
 - 7.15.1. Reputação online
 - 7.15.2. Como medir a reputação digital?
 - 7.15.3. Ferramentas de reputação online
 - 7.15.4. Relatório de reputação online
 - 7.15.5. Branding online

Módulo 8. Pesquisa de mercado, publicidade e gerenciamento de marketing

- 8.1. Pesquisa de mercado
 - 8.1.1. Pesquisa de mercado: origem histórica
 - 8.1.2. Análise e evolução da estrutura conceitual da pesquisa de mercado
 - 8.1.3. Elementos-chave e contribuição de valor da pesquisa de mercado
- 8.2. Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa
 - 8.2.1. Tamanho da amostra
 - 8.2.2. Amostragem
 - 8.2.3. Tipos de técnicas quantitativas
- 8.3. Métodos e Técnicas de Pesquisa qualitativas
 - 8.3.1. Tipos de pesquisa qualitativa
 - 8.3.2. Técnicas de pesquisa qualitativa
- 8.4. Segmentação de Mercado
 - 8.4.1. Conceito de segmentação de mercados
 - 8.4.2. Utilidade e requisitos de segmentação
 - 8.4.3. Segmentação de mercados de consumo
 - 8.4.4. Segmentação de mercado industriais
 - 8.4.5. Estratégias de segmentação
 - 8.4.6. A segmentação baseada em critérios do marketingmix
 - 8.4.7. Metodologia de segmentação de mercado



Plano de estudos | 23 tech

8.5.	Gestão	de Projetos de Pesquisa
	8.5.1.	A pesquisa de mercado como um processo
	8.5.2.	Fases de planejamento na pesquisa de mercado
	8.5.3.	Fases de execução na pesquisa de mercado
	8.5.4.	Gestão de Projetos de Pesquisa
8.6.	Pesquis	sa de mercado internacional
	8.6.1.	Pesquisa de mercado internacional
	8.6.2.	Processo da pesquisa de mercados internacionais
	8.6.3.	A importância das fontes secundárias na pesquisa de mercado internacional
8.7.	Os estu	dos de viabilidade
	8.7.1.	Conceito e utilidade
	8.7.2.	Esboço de um estudo de viabilidade
	8.7.3.	Desenvolvimento de um estudo de viabilidade
8.8.	Propaga	anda
	8.8.1.	Contexto histórico da publicidade
	8.8.2.	Estrutura conceitual da publicidade; princípios, conceito de <i>briefing</i> e posicionamento
	8.8.3.	Agências de publicidade, agências de mídia e profissionais de publicidade
	8.8.4.	Importância da publicidade nos negócios
	8.8.5.	Tendências e desafios da publicidade
8.9.	Desenv	olvimento do plano de Marketing
	8.9.1.	Conceito do plano de Marketing
	8.9.2.	Análise e diagnóstico da situação
	8.9.3.	Decisões estratégicas de marketing
	8.9.4.	Decisões operacionais de marketing
8.10.	Estraté	gias de promoção e <i>merchandising</i>
	8.10.1.	Comunicação de Marketing Integrado
	8.10.2.	Plano de comunicação publicitária
	8.10.3.	O Merchandising como técnica de comunicação
8.11.	Planeja	mento da mídia
	8.11.1.	Origem e evolução do planejamento de mídia
	8.11.2.	Os meios de comunicação
	8.11.3.	Plano de mídia

0.10				
8.12.	Fundamentos da Gestão Comercial			
		A função da gerência comercial		
		Sistemas de análise da situação comercial competitiva da empresa/mercado		
		Sistemas de planejamento de negócios da empresa		
	8.12.4.	Principais estratégias competitivas		
8.13.	Negociações Comerciais			
	8.13.1.	Negociações Comerciais		
	8.13.2.	Questões psicológicas de negociação		
	8.13.3.	Principais métodos de negociação		
	8.13.4.	O processo de negociação		
8.14.	Tomada de Decisão em Gestão de Negócios			
	8.14.1.	Estratégia Comercial e Estratégia Competitiva		
	8.14.2.	Modelos de Tomada de Decisão		
	8.14.3.	Análise e ferramentas de tomada de decisão		
	8.14.4.	Comportamento humano na tomada de decisões		
8.15.	Direção	e Gestão da Rede de Vendas		
	8.15.1.	Sales Management. Gestão de vendas		
	8.15.2.	Redes a Serviço da Atividade Comercial		
	8.15.3.	Políticas de seleção e capacitação de vendedores		
	8.15.4.	Sistemas de remuneração para redes comerciais próprias e externas		
	8.15.5.	Gerenciamento do processo comercial. Controle e assistência ao trabalho da equipe comercial com base nas informações		
8.16.	Implementação da Função Comercial			
	8.16.1.	Recrutamento de representantes de vendas próprios e agentes de vendas		
	8.16.2.	Controle da Atividade Comercial		
	8.16.3.	O código de ética para a equipe comercial		
	8.16.4.	Conformidade regulatória		
	8.16.5.	Padrões de conduta comercial geralmente aceitos		
8.17.	Gerenciamento de Key Accounts			
	8.17.1.	Conceito de gestão de contas-chave		
	8.17.2.	O Key Account Manager		

8.17.3. Estratégias de gestão de contas-chave

tech 24 | Plano de estudos

- 8.18. Gestão Financeira e Orçamentária
 - 8.18.1. Ponto de equilíbrio
 - 8.18.2. Desvios no orçamento de vendas. Controle do gerenciamento e do plano anual de vendas
 - 8.18.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas de negócios
 - 8.18.4. Gerenciamento de ciclo, rotações, lucratividade, lucratividade e liquidez
 - 8.18.5. Conta de resultados

Módulo 9. Inovação e gestão de projetos

- 9.1. Inovação
 - 9.1.1. Introdução à inovação
 - 9.1.2. Inovação no ecossistema empresarial
 - 9.1.3. Instrumentos e ferramentas para o processo de inovação empresarial
- 9.2. Estratégia de Inovação
 - 9.2.1. Inteligência estratégica e inovação
 - 9.2.2. Estratégia de inovação
- 9.3. Project Management para startups
 - 9.3.1. Conceito de startup
 - 9.3.2. Filosofia Lean Startup
 - 9.3.3. Estágios no desenvolvimento de uma startup
 - 9.3.4. A função de um gerente de projeto em uma startup
- 9.4. Projeto e validação do modelo de negócios
 - 9.4.1. Estrutura conceitual de um modelo de negócios
 - 9.4.2. Validação do design dos modelos de negócios
- 9.5. Direção e gestão de projetos
 - 9.5.1. Direção e gerenciamento de projetos: Identificação de oportunidades para desenvolver projetos de inovação corporativa
 - 9.5.2. Principais estágios ou fases na liderança e gerenciamento de projetos de inovação
- 9.6. Gestão de mudanças em projetos: gestão da capacitação
 - 9.6.1. Conceito de gerenciamento de mudanças
 - 9.6.2. O processo de gerenciamento de mudanças
 - 9.6.3. Implementação da mudança

- 9.7. Gestão da comunicação de projetos
 - 9.7.1. Gestão das comunicações do projeto
 - 9.7.2. Conceitos-chave para o gerenciamento de comunicações
 - 9.7.3. Tendências emergentes
 - 9.7.4. Adaptação à equipe
 - 9.7.5. Planejamento da gestão das comunicações
 - 9.7.6. Gerenciando as comunicações
 - 9.7.7. Monitoramento de comunicações
- 9.8. Metodologias tradicionais e inovadoras
 - 9.8.1. Metodologias inovadoras
 - 9.8.2. Princípios básicos do Scrum
 - 9.8.3. Diferenças entre os principais aspectos do Scrum e das metodologias tradicionais
- 9.9. Criação de uma startup
 - 9.3.1. Criação de uma startup
 - 9.3.2. Organização e cultura
 - 9.3.3. As dez principais razões pelas quais fracassam as startups
 - 9.3.4. Aspectos legais
- 9.10. Planejamento de gerenciamento de risco dos projetos
 - 9.10.1. Planejar riscos
 - 9.10.2. Elementos para a criação de um plano de gerenciamento de riscos
 - 9.10.3. Ferramentas para criar um plano de gerenciamento de riscos
 - 9.10.4. Conteúdo do plano de gerenciamento de riscos

Módulo 10. Management executivo

- 10.1. Management
 - 10.1.1. Conceito de Geral Management
 - 10.1.2. A ação do Manager Geral
 - 10.1.3. O Gerente Geral e suas funções
 - 10.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 10.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
 - 10.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens

Plano de estudos | 25 tech

-	0 0	O .~	
1	0.3.	Gestao	operacional

- 10.3.1. Importância da gestão
- 10.3.2. A cadeia de valor
- 10.3.3. Gestão de qualidade
- 10.4. Oratória e capacitação do porta-voz
 - 10.4.1. Comunicação interpessoal
 - 10.4.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 10.4.3. Obstáculos à comunicação
- 10.5. Ferramentas de comunicação pessoal e organizacional
 - 10.5.1. Comunicação interpessoal
 - 10.5.2. Ferramentas de comunicação interpessoal
 - 10.5.3. Comunicação na organização
 - 10.5.4. Ferramentas na organização
- 10.6. Comunicação em situações de crise
 - 10.6.1. Crise
 - 10.6.2. Fases da crise
 - 10.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos
- 10.7. Preparando um plano de crise
 - 10.7.1. Análise de problemas potenciais
 - 10.7.2. Planejamento
 - 10.7.3. Adequação de pessoal
- 10.8. Inteligência emocional
 - 10.8.1. Inteligência emocional e comunicação
 - 10.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 10.8.3. Autoestima e comunicação emocional
- 10.9. Branding pessoal
 - 10.9.1. Estratégias para o branding pessoal
 - 10.9.2. Leis de Branding pessoal
 - 10.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 10.10. Liderança e gestão de equipes
 - 10.10.1. Liderança e estilos de liderança
 - 10.10.2. Habilidades e desafios de liderança
 - 10.10.3. Gestão de processos de mudança
 - 10.10.4. Gestão de equipes multiculturais

Módulo 11. Desenvolvimento de gestão e liderança

- 11.1. As pessoas nas organizações
 - 11.1.1. Qualidade de vida profissional e bem-estar psicológico
 - 11.1.2. Equipes de trabalho e direção de reuniões
 - 11.1.3. Coaching e gestão de equipes
 - 11.1.4. Gestão da igualdade e diversidade
- 11.2. Gestão do talento
 - 11.2.1. Gestão do Capital Humano
 - 11.2.2. Ambiente, estratégia e métricas
 - 11.2.3. Inovação na gestão de pessoas
- 11.3. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 11.3.1. Liderança e estilos de liderança
 - 11.3.2. Motivação
 - 11.3.3. Inteligência emocional
 - 11.3.4. Capacidades e habilidades do líder 2.0
 - 11.3.5. Reuniões eficazes
- 11.4. Gestão de mudanças
 - 11.4.1. Análise de desempenho
 - 11.4.2. Liderar a mudança. Resistência à mudança
 - 11.4.3. Gestão de processos de mudança
 - 11.4.4. Gestão de equipes multiculturais
- 11.5. Comunicação estratégica
 - 11.5.1. Comunicação interpessoal
 - 11.5.2. Habilidades de comunicação e influência
 - 11.5.3. Comunicação interna e plano de comunicação integral
 - 11.5.4. Barreiras à comunicação empresarial
- 11.6. Negociação e gestão de conflitos
 - 11.6.1. Técnicas efetivas de negociação
 - 11.6.2. Conflitos interpessoais
 - 11.6.3. Negociação intercultural

tech 26 | Plano de estudos

Módulo 12. Marketing Management e Operações

- 12.1. Marketing, management
 - 12.1.1. O Ciclo de Relacionamento com o Cliente
 - 12.1.2. Individualização x padronização
 - 12.1.3. CRM applications and data mining
- 12.2. Estratégia e plano de Marketing
 - 12.2.1. Pesquisa de mercado
 - 12.2.2. Digital Marketing and Integrated Communications
 - 12.2.3. Mobile Marketing
- 12.3. Customer relationship management
 - 12.3.1. Seleção do mercado, objetivo e posicionamento do produto
 - 12.3.2. Criação do plano de Marketing
 - 12.3.3. Projeto e gestão da cadeia de fornecimento
- 12.4. Estratégias de Internacionalização e Marketing Global
 - 12.4.1. O Ciclo de Relacionamento com o Cliente
 - 12.4.2. Individualização vs. Padronização
 - 12.4.3. CRM applications and data mining
- 12.5. Gestão comercial e de vendas
 - 12.5.1. Planejamento de Campanhas de Vendas
 - 12.5.2. Organização Comercial e da Equipe de Vendas
 - 12.5.3. Políticas de seleção e capacitação de vendedores
- 12.6. Supply Chain Management
 - 12.6.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
 - 12.6.2. Mudança nos padrões da demanda
 - 12.6.3. Mudança na estratégia das operações
 - 12.6.4. Processos logísticos
- 12.7. Operações como arma competitiva
 - 12.7.1. A inovação nas operações como uma vantagem competitiva na empresa
 - 12.7.2. Tecnologias e ciências emergentes
 - 12.7.3. Sistemas de informação nas operações
- 12.8. Business Information Systems
 - 12.8.1. Project Management
 - 12.8.2. Gestão de Mídias Sociais e Negócios Digitais
 - 12.8.3. Business Intelligence

Módulo 13. Contabilidade financeira

- 13.1. Elementos e formulação das contas anuais
 - 13.1.1. Balanço, lucros e perdas
 - 13.1.2. Declaração de mudanças no patrimônio líquido
 - 13.1.3. Demonstrativo de fluxo de caixa
 - 13.1.4. Regras formulação das contas anuais
 - 13.1.5. Modelos para demonstrativos financeiros
- 13.2. Critérios de avaliação
 - 13.2.1. Custo histórico
 - 13.2.2. Valor justo
 - 13.2.3. Valor realizável líquido
 - 13.2.4. Valor em uso
 - 13.2.5. Valor contábil
 - 13.2.6. Contabilidade criativa
- 13.3. Ativos fixos tangíveis e intangíveis
 - 13.3.1. Regulamentos e formas de aquisição
 - 13.3.2. Amortização
 - 13.3.3. Perdas por imparidade ou eliminação
 - 13 3 4 Investimentos imobiliários
- 13.4. Instrumentos financeiros
 - 13.4.1 Ativos financeiros
 - 13.4.2. Passivos financeiros
 - 13.4.3. Avaliação, identificação e gestão de riscos
 - 13.4.4. Operações de hedge e negociação
 - 13.4.5. Contabilidade de Instrumentos de Capital
- 13.5. Estudo e avaliação de fundos próprios
 - 13.5.1. Equidade no balanço patrimonial
 - 13.5.2. Subsídios, doações e legados
 - 13.5.3. Fundos próprios e ajustes para mudanças de valor
- 13.6. Operações de reestruturação
 - 13.6.1. Fusões
 - 13.6.2. Splits
 - 13.6.3. Contribuições não monetárias
 - 13.6.4. Swaps de valor

Plano de estudos | 27 tech

- 13.7. Imposto sobre o lucro
 - 13.7.1. Estrutura do imposto de renda corporativo
 - 13.7.2. Cálculo e contabilização da despesa de imposto de renda de pessoa jurídica acumulada
 - 13.7.3. Diferenças permanentes e temporárias
- 13.8. Contabilidade em moeda estrangeira
 - 13.8.1. Moeda funcional e de apresentação
 - 13.8.2. Valoração de itens monetários e não monetários
 - 13.8.3. Diferenças temporárias nas transações em moeda estrangeira

Módulo 14. Contabilidade Gerencial

- 14.1. Fundamentos da contabilidade de gestão
 - 14.1.1. Objetivos da contabilidade de gestão
 - 14.1.2. Características qualitativas das informações contábeis
 - 14.1.3. Evolução da contabilidade de gestão
- 14.2. Da contabilidade geral à contabilidade de custos
 - 14.2.1. Elementos de cálculo de custos
 - 14.2.2. O Estoque em geral e contabilidade de custos
 - 14.2.3. Gastos em geral e contabilidade de custos
 - 14.2.4. Classificação dos custos
- 14.3. Análise de custo-volume de operações-benefícios
 - 14.3.1. Características e suposições do método custo-volume-benefício
 - 14.3.2. Ponto de Intervalo
 - 14.3.3. Margem de segurança
 - 14.3.4. Situações de incerteza na análise custo-volume-benefício
- 14.4. Sistemas de informação e Business Intelligence
 - 14.4.1. Fundamentos e classificação
 - 14.4.2. Fases e métodos de alocação de custos
 - 14.4.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 14.5. Direct costina
 - 14.5.1. Resultados analíticos do Direct Costing como ferramenta de gestão
 - 14.5.2. Custos fixos e variáveis: classificação
 - 14.5.3. Margem semi-bruta para estudo produtividade
 - 14.5.4. Estudo de balanço analítico

- 14.6. Controle orçamentário
 - 14.6.1. Planejamento e controle orçamentário
 - 14.6.2. Orçamentos operacionais
 - 14.6.3. Formas de elaboração do orçamento
 - 14.6.4. Controle orçamentário e desvios
- 14.7. Custo padrão
 - 14.7.1. Definição e tipos de custo padrão
 - 14.7.2. Flexibilidade no orçamento de encargos indiretos
 - 14.7.3. Centro de custo total e modelo de custo total
 - 14.7.4. Desvios na contabilidade de custos padrão
- 14.8. Tomada de decisão na contabilidade gerencial
 - 14.8.1. Organização da produção e custos para a tomada de decisões
 - 14.8.2. Análise dos demonstrativos econômico-financeiros e seu impacto nas decisões empresariais
 - 14.8.3. Informações financeiras para a tomada de decisões de curto e longo prazo
 - 14.8.4. Lidar com a incerteza na tomada de decisões
 - 14.8.5. Planejamento e análise de custos para vantagem competitiva

Módulo 15. Planejamento estratégico e controle de gestão

- 15.1. Controle de gestão
 - 15.1.1. Política financeira e crescimento
 - 15.1.2. Informação como ferramenta para o controle gerencial
 - 15.1.3. Controle de gestão como um planejamento e sistema de planejamento e gestão
 - 15.1.4. Funções do Controller
 - 15.1.5. Escopo do controle gerencial
- 15.2. Relatórios financeiros e decisões de gestão
 - 15.2.1. Contabilidade financeira ou jurídica
 - 15.2.2. Contabilidade analítica ou de custos
 - 15.2.3. Contabilidade de controle
- 15.3. Gestão de tesouraria
 - 15.3.1. Fundo de manobra contábil e capital de giro necessário
 - 15.3.2. Cálculo dos requisitos operacionais de fundos
 - 15.3.3. Gestão de crédito
 - 15.3.4. Gestão de fundos, gestão de ativos e Escritórios Familiares

tech 28 | Plano de estudos

- 15.4. Cash Management
 - 15.4.1. Financiamento bancário do capital de giro
 - 15.4.2. Organização do departamento de tesouraria
 - 15.4.3. Gestão centralizada da tesouraria
- 15.5. Planejamento e controle de centros de responsabilidade
 - 15.5.1. Projeto de um sistema de controle de gestão
 - 15.5.2. Desvios no controle gerencial
- 15.6. O processo de formulação e planejamento estratégico
 - 15.6.1. Formulação e conteúdo do plano estratégico
 - 15.6.2. Balanced scoredcard
 - 15.6.3. Terminologia e conceitos básicos
- 15.7. Planejamento organizacional
 - 15.7.1. Unidades de negócios e preços de transferência preços de transferência
 - 15.7.2. Fabricação, produção, suporte e vendas
 - 15.7.3. Funções e responsabilidades da MBA em Gestão Financeira (CFO, *Chief Financial Officer*)
- 15.8. Indicadores como ferramenta de monitoramento
 - 15.8.1. Painel de controle
 - 15.8.2. Número e formato dos indicadores
 - 15.8.3. Planejamento estratégico

Módulo 16. Mercados bancários e financeiros

- 16.1. O ambiente econômico e os mercados financeiros
 - 16.1.1. Medição da atividade financeira
 - 16.1.2. Principais agregados monetários
 - 16.1.3. Mercados e controle dos fluxos financeiros
 - 16.1.4. A crise financeira atual
- 16.2. Gestão bancária
 - 16.2.1. Securitização
 - 16.2.2. Derivados e produtos estruturados
 - 16.2.3. Financiamento sindicalizado
 - 16.2.4 Estudo da rentabilidade obtida

- 16.3. Instrumentos e mercados financeiros
 - 16.3.1. Renda fixa Valorização e preços
 - 16.3.2. Renda variável
 - 16.3.3. Derivativos
 - 16.3.4. Fundos de investimento
- 16.4. Análise e planejamento financeiro
 - 16.4.1. Análise de balanço
 - 16.4.2. Análise da demonstração de resultados
 - 16.4.3. Análise da rentabilidade
- 16.5. Produtos financeiros
 - 16.5.1. Ativos de renda fixa governamentais e mistos
 - 16.5.2. Ativos de renda variável
 - 16.5.3. Produtos financeiros derivativos
 - 16.5.4. Produtos financeiros estruturados
- 16.6. Investimento coletivo
 - 16.6.1. Produtos financeiros de investimentos coletivos
 - 16.6.3. Investimento coletivo internacional
- 16.7. Gestão de portfólio
 - 16.7.1. Teoria do portfólio
 - 16.7.2. Estilos de gerenciamento de renda fixa e ações
 - 16.7.3. Estilos de gestão de portfólio mistos
 - 16.7.4. Técnicas de Asset Allocation
- 16.8. Finanças Bancárias
 - 16.8.1. Finanças Bancárias ou Gestão de Patrimônio
 - 16.8.2. Investimento de retail e investimento institucional
 - 16.8.3. Ativos e estruturas diferenciais

Módulo 17. Risco financeiro e finanças corporativas

- 17.1. Gestão Financeira e finanças corporativa
 - 17.1.1. Gestão empresarial e criação de valor
 - 17.1.2. Estrutura de capital e alavancagem financeira
 - 17.1.3. Custo médio ponderado do capital
 - 17.1.4. Capital Asset Pricing Model e outros modelos

- 17.2. Métodos de avaliação de empresas
 - 17.2.1. Desconto de dividendos
 - 17.2.2. Desconto de fluxo
 - 17.2.3. Múltiplos comparáveis
- 17.3. Operações corporativas
 - 17.3.1. Fusões
 - 17.3.2. Aquisições
 - 17.3.3. Mergers and acquisitions
 - 17.3.4. Regime fiscal para operações de reestruturação
- 17.4. Estudo de outros tipos de empresas
 - 17.4.1. Empresas não cotadas em bolsa
 - 17.4.2. PYMES
 - 17.4.3. Empresas familiares
 - 17.4.4. Fundações e organizações sem fins lucrativos
 - 17.4.5. Empresas de economia social
- 17.5. Estratégias e controle de riscos
 - 17.5.1. Sistemas de controle de gestão
 - 17.5.2. Riscos e controle interno
 - 17.5.3. Revisão e auditoria do sistema de controle
 - 17.5.4. Gestão de risco financeiro
- 17.6. Risco, rentabilidade e endividamento
 - 17.6.1. Rentabilidade econômica e financeira
 - 17.6.2. Rentabilidade financeira e endividamento
 - 17.6.3 Risco e rentabilidade
- 17.7. Fontes de financiamento
 - 17.7.1. Financiamento bancário
 - 17.7.2. Emissão de obrigações e securitização de ativos
 - 17.7.3. Private equity e venture capital
 - 17.7.4. Subsídios e apoio fiscal
- 17.8. Operaciones societárias e y situación concursal
 - 17.8.1. Declaração de falência e seus efeitos
 - 17.8.2. Fases de liquidação e liquidação
 - 17.8.3. El concurso internacional
 - 17.8.4. Qualificação da falência
 - 17.8.5. Encerramento e reabertura de falência

Módulo 18. Viabilidade dos projetos de investimento

- 18.1. Investimento na empresa
 - 18.1.1. Conceitos e classificação
 - 18.1.2. Etapas do estudo do Projeto de Investimento
 - 18.1.3. Investimento como uma transação financeira
- 18.2. Métodos de avaliação econômica
 - 18.2.1. Período de recuperação
 - 18.2.2. Fluxo de caixa total e médio por unidade monetária comprometida
 - 18.2.3. Valor presente líquido e taxa interna de retorno
 - 18.2.4. Período de retorno com desconto e taxa de retorno
 - 18.2.5. Retorno esperado sobre o VPL
- 18.3. Custo do capital
 - 18.3.1. Custo dos recursos externos
 - 18.3.2. Custo das ações preferenciais
 - 18.3.3. Cálculo do custo dos recursos próprios
 - 18.3.4. Cálculo do custo total de capital
- 18.4. Diagnóstico, planejamento e controle de investimentos
 - 18.4.1. Planejamento Financeiro
 - 18.4.2. Planejamento Imobiliário
 - 18.4.3. Planejamento tributário
- 18.5 Análise técnica e análise fundamental
 - 18.5.1. Definição e escopo
 - 18.5.2. Estudo de gráficos e tendências
 - 18.5.3. Pesquisa setorial e de mercado de ações em análise fundamental
 - 18.5.4. Índices e análise fundamental
- 18.6. Análise de investimento em um ambiente de risco
 - 18.6.1. O ajuste da taxa de desconto
 - 18.6.2. Redução dos fluxos de caixa para condições de certeza
 - 18.6.3. Simulação de cenários
- 18.7. Fluxos de caixa em projetos de investimento
 - 18.7.1. Modelagem financeira
 - 18.7.2. Preparação de fluxos de caixa
 - 18.7.3. Análise dos fluxos de caixa do capital de giro
 - 18.7.4. Impostos e inflação

tech 30 | Plano de estudos

- 18.8. Mercado de ações
 - 18.8.1. Acesso ao mercado de ações da empresa
 - 18.8.2. O funcionamento das bolsas de valores internacionais
 - 18.8.3. Índices de ações

Módulo 19. Ético, jurídico e fiscal

- 19.1. Prática societária
 - 19.1.1. Mudanças estruturais societárias
 - 19.1.2. Dissolução, liquidação e processos de insolvência
 - 19.1.3. Assembleia geral e órgão administrativo
- 19.2. Prática tributária
 - 19.2.1. Análise das obrigações tributárias das empresas
 - 19.2.2. Quadro jurídico tributário geral
 - 19.2.3. Relatórios sobre a revisão dos atos administrativos
- 19.3. Prática em relações laborais
 - 19.3.1. Política de recrutamento e remuneração
 - 19.3.2. Reestruturação e sucessão de empresas
 - 19.3.3. Demissões e indenizações
 - 19.3.4. Incumprimento social e trabalhista
 - 19.3.5. Negociações coletivas
- 19.4. Impostos sobre sociedades
 - 19.4.1. Regulamentos aplicáveis
 - 19.4.2. Discrepâncias entre os regulamentos contábeis e fiscais
 - 19.4.3. Regimes especiais
- 19.5. Imposto sobre o valor agregado
 - 19.5.1. Regulamentos aplicáveis
 - 19.5.2. Lugar do fato gerador, valor tributável e base tributável
 - 19.5.3. Tipos de alíquotas
 - 19.5.4. Regimes especiais
- 19.6. Finanças e investimentos responsáveis
 - 19.6.1. Financial Inclusion
 - 19.6.2. Sustentabilidade e a responsabilidade do Diretor Financeiro
 - 19.6.3. Transparência da informação
 - 19.6.4. Financiamento e investimentos responsáveis
 - 19.6.5. Economia social, cooperativismo e responsabilidade social corporativa

- 19.7. Ética empresarial
 - 19.7.1. Conduta ética na empresa
 - 19.7.2. Ética e códigos éticos
 - 19.7.3. Fraudes e conflitos de interesse
- 19.8. Ambiente legal e corporate governance
 - 19.8.1. Normas Internacionais de Importação e Exportação
 - 19.8.2. Propriedade intelectual e industrial
 - 19.8.3. Direito Internacional do Trabalho

Módulo 20. Finanças internacionais

- 20.1. Business & International Strategy
 - 20.1.1. Internacionalização
 - 20.1.2. Globalização
 - 20.1.3. Growth & Development in Emerging Markets
 - 20.1.4. Sistema monetário internacional
- 20.2. Mercado de divisas
 - 20.2.1. Transações de divisas
 - 20.2.2. O mercado de divisas estrangeiras
 - 20.2.3. Instrumentos derivativos para cobertura de riscos cambiais e de taxa de juros
 - 20.2.4. Depreciação e valorização da moeda
- 20.3. Meios de pagamento e cobrança internacionais
 - 20.3.1. Cédulas, cheques pessoais e cheques bancários
 - 20.3.2. Transferência, ordem de pagamento e remessa
 - 20.3.3. Cláusulas e créditos documentários
 - 20.3.4. Factoring, swap internacional e outros meios
- 20.4. Financiamento de operações em mercados internacionais
 - 20.4.1. Incoterms
 - 20.4.2. Instrumentos derivados para cobertura de flutuações potenciais de preços de matéria-prima
 - 20.4.3. Créditos à exportação com apoio oficial
 - 20.4.4. Cobertura com contratos (Swap)
 - 20.4.5. O consenso da OCDE

- 20.5. Instituições financeiras internacionais
 - 20.5.1. O fundo para a internacionalização da empresa
 - 20.5.2. O Grupo do Banco Mundial
 - 20.5.3. O Banco Interamericano de Desenvolvimento
 - 20.5.4. O Banco de Desenvolvimento do Caribe
- 20.6. Formação de taxas de câmbio
 - 20.6.1. Teoria da paridade das taxas de juros
 - 20.6.2. Teoria das expectativas de taxas de câmbio
 - 20.6.3. Teoria da paridade do poder de compra (PPP)
 - 20.6.4. Equilíbrio do mercado de capitais
- 20.7. Programas de conversão da dívida
 - 20.7.1. Marco legal
 - 20.7.2. Funcionamento
 - 20.7.3. Conversão da dívida em investimentos públicos
 - 20.7.4. Conversão da dívida em investimentos privados
- 20.8. Mercado de ações internacional
 - 20.8.1. Mercado Wall Street (New York)
 - 20.8.2. Mercado do ouro
 - 20.8.3. Dívida externa mundial
 - 20.8.4. Clube de Paris
 - 20.8.5. Mercado de títulos ADR e GDR

Módulo 21. Criação e financiamento de Startups

- 21.1. Criação de uma startup
 - 21.1.1. Da ideia ao modelo de negócios
 - 21.1.2. Os sócios
 - 21.1.3. Considerações legais
 - 21.1.4. Organização e cultura
 - 21.1.5. Capital, risco e gestão empresarial
- 21.2. Gestão financeira e administração de startups
 - 21.2.1. Introdução à gestão financeira em empresas recém criadas
 - 21.2.2. Métricas financeiras para startups
 - 21.2.3. Planejamento financeiro: modelos de projeções e sua interpretação
 - 21.2.4. Métodos de avaliação
 - 21.2.5. Aspectos jurídicos

- 21.3. O plano de negócio
 - 21.3.1. Conteúdo
 - 21.3.2. Apresentação
 - 21.3.3. SWOT
 - 21.3.4. Modelo Canvas
- 21.4. Fases de crescimento de uma empresa iniciante
 - 21.4.1. Fase de Seed
 - 21.4.2. Fase de Startup
 - 21.4.3. Fase de Growth
 - 21.4.4. Fase de consolidação
- 21.5. Financiamento de startups
 - 21.5.1. Financiamento bancário
 - 21.5.2. Subsídios
 - 21.5.3. Capital semente e aceleradores. Business angels
 - 21.5.4. Capital de risco. IPO
 - 21.5.5. Parceria Pública a Privada
- 21.6. Instituições nacionais e internacionais de capital de risco e de capital inicial
 - 21.6.2. Entidades de Venture Capital nacional e internacional
 - 21.6.3. Investidores privados: Caixa Capital Risc. Bstartup
 - 21.6.4. FOND-ICO Global
 - 21.6.5. Aceleração: Wayra, Lanzadera e Plug & Play



Faça o download de todo o conteúdo deste Advanced Master, como leituras especializadas ou vídeos explicativos, mesmo depois de concluir o programa universitário. Matricule-se agora!"





tech 34 | Objetivos de ensino



Objetivos gerais

- Definir as últimas tendências na gestão empresarial, levando em conta o ambiente globalizado que rege os critérios da alta administração.
- Desenvolver as principais habilidades de liderança que devem definir os profissionais que trabalham
- Planejar estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão e a eficiência empresarial
- Entender qual é a melhor maneira de administrar os recursos humanos da empresa, alcançando um melhor desempenho dos mesmos a favor dos benefícios da empresa
- Adquirir as habilidades de comunicação necessárias para um líder empresarial a fim de conseguir que sua mensagem seja ouvida e compreendida pelos membros da sua comunidade
- Compreender o cenário econômico no qual a empresa se desenvolve e criar estratégias adequadas para se antecipar às mudanças
- Ser capaz de administrar o plano econômico e financeiro da empresa
- Compreender as operações logísticas necessárias no ambiente de negócios a fim de desenvolver um gerenciamento adequado das mesmas
- Ser capaz de aplicar as tecnologias de informação e comunicação às diferentes áreas da empresa
- Realizar estratégias de marketing que permitam divulgar o nosso produto para nossos clientes em potencial e gerar uma imagem adequada da nossa empresa

- Ser capaz de desenvolver todas as fases de uma ideia de negócio: projeto, plano de viabilidade, execução, monitoramento...
- Adquirir habilidades de liderança essenciais para gestionar equipes na área de finanças
- Desenvolver competências para projetar estratégias financeiras alinhadas com a estratégia da empresa
- Elaborar estratégias para a tomada de decisões em um ambiente complexo e instável, avaliando seu impacto sobre a empresa.
- Desenvolver a capacidade de Detectar, Analisar e Resolver Problemas.
- Explicar a empresa de um ponto de vista global, assim como a responsabilidade e o novo papel dos Gerentes Financeiros
- Desenvolver as competências essenciais para administrar estrategicamente a atividade comercial
- Projetar estratégias e políticas inovadoras que melhorem a gestão financeira e a eficiência
- Formular e implementar políticas financeiras para uma adequada gestão de caixa, investimento e planejamento fiscal como estratégias de crescimento para adaptar a empresa às mudanças no ambiente internacional
- Obter um conhecimento profundo da contabilidade, tanto financeira como gerencial
- Compreender os riscos financeiros envolvidos em certas transações
- Executar estratégias competitivas para alcançar os objetivos da entidade





Objetivos específicos

Módulo 1. Liderança, Ética e Responsabilidade Social da Empresa

- Desenvolver habilidades de liderança ética que integrem a responsabilidade social e as práticas de sustentabilidade à estratégia de negócios
- Tomar decisões que promovam o bem-estar social, o respeito ao meio ambiente e a criação de valor de longo prazo para todas as partes interessadas

Módulo 2. Gestão estratégica e Management Diretivo

- Capacitar na formulação e implementação de estratégias de negócios que garantam o crescimento sustentável e a competitividade em mercados dinâmicos
- Adquirir competências na gestão de equipes executivas, liderando a transformação da organização para se adaptar aos desafios do ambiente global

Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

- Fornecer ferramentas para o gerenciamento de talentos humanos, desde a atração até a retenção dos melhores profissionais
- Elaborar estratégias de recursos humanos que alinhem as competências da equipe aos objetivos estratégicos da empresa

Módulo 4. Gestão econômico-financeira

- Aprofundar a tomada de decisões financeiras estratégicas para maximizar a lucratividade e minimizar os riscos da empresa
- Desenvolver competências em planejamento financeiro, controle de orçamento e gestão de investimentos no nível organizacional

Módulo 5. Gestão operacional e logística

- Aprofundar o gerenciamento eficiente de operações e logística, otimizando a cadeia de suprimentos para reduzir custos e aumentar a produtividade
- Capacitar na implementação de processos operacionais que alinham a estratégia de negócios com a demanda do mercado



Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

- Aprofundar a integração e o gerenciamento dos sistemas de informação dentro da empresa, melhorando a eficiência operacional e a tomada de decisões baseadas em dados
- Desenvolver habilidades para aplicar soluções tecnológicas que otimizem os processos e garantam a competitividade no mercado

Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégica e Comunicação Corporativa

- Aprofundar a criação de estratégias comerciais e de marketing que aumentem a visibilidade da marca e otimizem o relacionamento com os clientes
- Examinar a gestão da comunicação corporativa para fortalecer a identidade e a reputação da empresa no mercado

Módulo 8. Pesquisa de mercado, publicidade e gerenciamento de marketing

- Dominar as técnicas de pesquisa de mercado para identificar oportunidades de negócios e desenvolver estratégias eficazes de publicidade
- Obter habilidades para gerenciar a atividade comercial, otimizando campanhas publicitárias e garantindo o cumprimento dos objetivos

Módulo 9. Inovação e gestão de projetos

- Desenvolver competências no gerenciamento de projetos inovadores, no gerenciamento de mudanças e na adaptação contínua a novas tendências e tecnologias
- Treinar no planejamento, execução e avaliação de projetos de inovação que gerem valor de longo prazo para a organização

Módulo 10. Management Directivo

- Capacitar para o desenvolvimento de habilidades gerenciais para liderar equipes, tomar decisões estratégicas e gerenciar o desempenho organizacional
- Ser capaz de criar uma cultura de inovação, responsabilidade e comprometimento que otimize os resultados da empresa

Módulo 11. Desenvolvimento de gestão e liderança

- Desenvolver competências de liderança eficazes, com foco na tomada de decisões, gerenciamento de equipes e comunicação interpessoal
- Aprofundar as principais habilidades gerenciais para motivar, inspirar e liderar equipes para a realização das metas organizacionais

Módulo 12. Marketing Management e Operações

- Aprofundar a integração das estratégias de marketing com as operações comerciais, otimizando os processos para melhorar a eficiência e o desempenho comercial
- Adquirir habilidades para liderar equipes de marketing, identificar oportunidades de mercado e gerenciar a implementação de campanhas bem-sucedidas

Módulo 13. Contabilidade financeira

- Ter uma compreensão holística da contabilidade financeira para aprimorar a tomada de decisões de negócios
- Capacitar na preparação e análise de demonstrações financeiras, incluindo balanço patrimonial, demonstração de resultados e fluxo de caixa, para avaliar a saúde financeira da empresa

Módulo 14. Contabilidade Gerencial

- Abordar o uso da contabilidade gerencial para a tomada de decisões estratégicas dentro da empresa
- Desenvolver habilidades para interpretar informações financeiras e operacionais de forma a apoiar o planejamento, o controle e a gestão dos recursos da organização

Módulo 15. Planejamento estratégico e controle de gestão

- Aprofundar a formulação e a implementação de estratégias corporativas para o crescimento e a sustentabilidade da empresa
- Gerenciar ferramentas de controle gerencial para medir o desempenho organizacional e garantir a conformidade com os objetivos estratégicos

Módulo 16. Mercados bancários e financeiros

- Ter uma sólida compreensão dos sistemas bancários e dos mercados financeiros, com foco no papel dos bancos e dos instrumentos financeiros
- Ser capaz de analisar mercados financeiros, identificar oportunidades de investimento e compreender a dinâmica das instituições financeiras globais

Módulo 17. Risco financeiro e finanças corporativas

- Desenvolver habilidades para identificar, medir e gerenciar riscos financeiros dentro da organização
- Permitir a tomada de decisões financeiras estratégicas que ajudem a reduzir os riscos e otimizar o valor para os acionistas

Módulo 18. Viabilidade dos projetos de investimento

- Treinar na análise da viabilidade financeira e econômica de projetos de investimento
- Adquirir habilidades para avaliar o retorno sobre o investimento e tomar decisões informadas sobre a alocação de recursos em projetos estratégicos

Módulo 19. Ético, jurídico e fiscal

- Aprofundar os princípios éticos e as regulamentações legais e fiscais que regem a a operação das empresas
- Implementar práticas comerciais que garantam a conformidade com as leis e regulamentações fiscais, promovendo a transparência e a gestão ética

Módulo 20. Finanças internacionais

- Aprofundar a gestão financeira no contexto global, abordando as particularidades dos mercados internacionais, do câmbio e das políticas fiscais globais
- Explorar a tomada de decisões financeiras que levem em conta os riscos e as oportunidades decorrentes da globalização dos mercados financeiros

Módulo 21. Criação e financiamento de Startups

- Desenvolver competências na criação e no gerenciamento de start-ups, desde a concepção da ideia até sua implementação e expansão no mercado
- Capacitar sobre as diferentes fontes de financiamento para startups, incluindo investidores anjos, capital de risco e *crowdfunding*, para garantir o sucesso na obtenção de recursos para novos empreendimentos





tech 40 | Oportunidades profissionais

Perfil do aluno

Os alunos do Advanced Master em Alta Gestão Financeira são altamente qualificados para gerenciar as finanças das organizações, enfrentando desafios econômicos e otimizando recursos. Possui profundo conhecimento de estratégias financeiras, análise de risco, investimentos e mercados internacionais. Além disso, está preparado para elaborar e implementar planos financeiros personalizados, colaborar com equipes multidisciplinares e promover a sustentabilidade e o crescimento econômico da empresa.

Você analisará as tendências econômicas e seu impacto nos mercados financeiros, ajudando as empresas a se adaptarem às mudanças financeiras com sucesso.

- Gestão financeira e de tempo: Uma competência fundamental é a capacidade de gerenciar com eficiência os recursos financeiros e o tempo, incluindo planejamento orçamentário, otimização de investimentos e coordenação de projetos financeiros para maximizar a lucratividade e a sustentabilidade da organização.
- Pensamento crítico e resolução de problemas: Os profissionais desenvolvem a
 capacidade de aplicar o pensamento crítico para analisar situações financeiras complexas,
 identificar riscos e oportunidades e gerar soluções inovadoras que impulsionem o
 crescimento dos negócios e a estabilidade econômica.
- Competência digital em finanças: No contexto atual, é essencial que os profissionais dominem ferramentas digitais avançadas para o gerenciamento financeiro, desde softwares de análise e modelagem financeira até plataformas de gerenciamento de investimentos e tecnologias emergentes, como o blockchain e finanças digitais
- **Gestão de riscos financeiros:** Os profissionais são capacitados para identificar, avaliar e mitigar riscos financeiros, implementando estratégias eficazes para proteger os ativos da empresa e garantir sua estabilidade econômica a longo prazo.



Oportunidades profissionais | 41 tech

Após concluir o Advanced Master, você poderá usar seus conhecimentos e habilidades nos seguintes cargos:

- **1. Diretor financeiro:** Especialista na gestão e direção das finanças de uma empresa, supervisionando orçamentos, investimentos e estratégias financeiras para garantir a saúde econômica da organização.
- **2. Analista de investimentos:** Profissional encarregado de avaliar oportunidades de investimento, analisar mercados financeiros e aconselhar sobre o gerenciamento de portfólio para maximizar os retornos.
- **3. Gestor de riscos:** Responsável por identificar, avaliar e mitigar os riscos financeiros que possam afetar a empresa, implementando estratégias para proteger os ativos e garantir a estabilidade econômica.
- **4. Consultor financeiro:** Especialista que presta consultoria a empresas e indivíduos sobre planejamento financeiro, investimentos, gerenciamento de dívidas e otimização de recursos para atingir suas metas financeiras.
- **5. Auditor financeiro:** Profissional encarregado de analisar e verificar a precisão dos registros financeiros de uma empresa, garantindo a conformidade com os regulamentos e as normas contábeis.
- **6. Gerente de Tesouraria:** Responsável por gerenciar a liquidez e as finanças diárias da empresa, otimizando o fluxo de caixa e supervisionando as operações bancárias e financeiras.
- **7. Especialista em finanças corporativas:** Profissional focado em finanças corporativas, incluindo fusões, aquisições, reestruturações financeiras e o desenvolvimento de estratégias para o crescimento corporativo.

- 8. Economista financeiro: Analise as tendências econômicas e seu impacto nos mercados financeiros, desenvolvendo estratégias para ajudar as empresas a se adaptarem às mudanças econômicas e aproveitarem as oportunidades de crescimento
- 9. Gestor do fundo: Gerencia fundos de investimento, tomando decisões sobre onde e como investir o capital dos clientes para maximizar os retornos e minimizar os riscos.
- **10. Diretor de Planejamento Financeiro:** Desenvolve e supervisiona planos financeiros de longo prazo que alinham os recursos da empresa com seus objetivos estratégicos, garantindo a sustentabilidade e o crescimento econômico.



Você será responsável por gerenciar a liquidez e as finanças diárias das empresas, otimizando significativamente o fluxo de caixa"



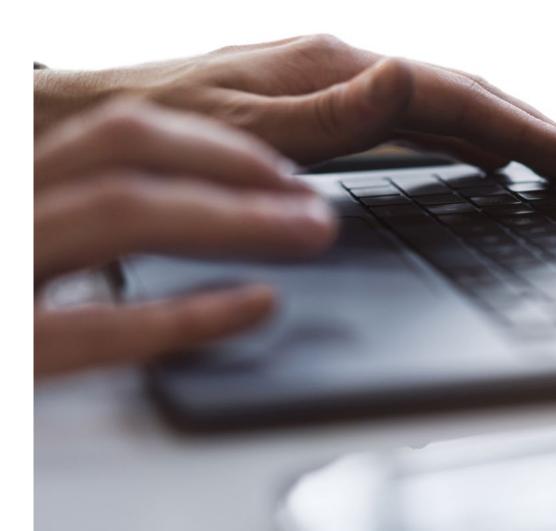


O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

Na metodologia de estudo da TECH, o aluno é o protagonista absoluto. As ferramentas pedagógicas de cada programa foram selecionadas levando-se em conta as demandas de tempo, disponibilidade e rigor acadêmico que, atualmente, os alunos, bem como os empregos mais competitivos do mercado, exigem.

Com o modelo educacional assíncrono da TECH, é o aluno quem escolhe quanto tempo passa estudando, como decide estabelecer suas rotinas e tudo isso no conforto do dispositivo eletrônico de sua escolha. O aluno não precisa assistir às aulas presenciais, que muitas vezes não poderá comparecer. As atividades de aprendizado serão realizadas de acordo com sua conveniência. O aluno sempre poderá decidir quando e de onde estudar.

Na TECH, o aluno NÃO terá aulas ao vivo (das quais poderá nunca participar)".







Os programas de ensino mais abrangentes do mundo

A TECH se caracteriza por oferecer os programas acadêmicos mais completos no ambiente universitário. Essa abrangência é obtida por meio da criação de programas de estudo que cobrem não apenas o conhecimento essencial, mas também as últimas inovações em cada área.

Por serem constantemente atualizados, esses programas permitem que os alunos acompanhem as mudanças do mercado e adquiram as habilidades mais valorizadas pelos empregadores. Dessa forma, os alunos da TECH recebem uma preparação abrangente que lhes dá uma vantagem competitiva significativa para avançar em suas carreiras.

Além disso, eles podem fazer isso de qualquer dispositivo, PC, tablet ou smartphone.



O modelo da TECH é assíncrono, portanto, você poderá estudar com seu PC, tablet ou smartphone onde quiser, quando quiser e pelo tempo que quiser"

tech 46 | Metodologia de estudo

Case studies ou Método de caso

O método de casos tem sido o sistema de aprendizado mais amplamente utilizado pelas melhores escolas de negócios do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, sua função também era apresentar a eles situações complexas da vida real. Assim, eles poderiam tomar decisões informadas e fazer julgamentos de valor sobre como resolvê-los. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Com esse modelo de ensino, é o próprio aluno que desenvolve sua competência profissional por meio de estratégias como o *Learning by doing* ou o *Design Thinking*, usados por outras instituições renomadas, como Yale ou Stanford.

Esse método orientado para a ação será aplicado em toda a trajetória acadêmica do aluno com a TECH. Dessa forma, o aluno será confrontado com várias situações da vida real e terá de integrar conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões. A premissa era responder à pergunta sobre como eles agiriam diante de eventos específicos de complexidade em seu trabalho diário.



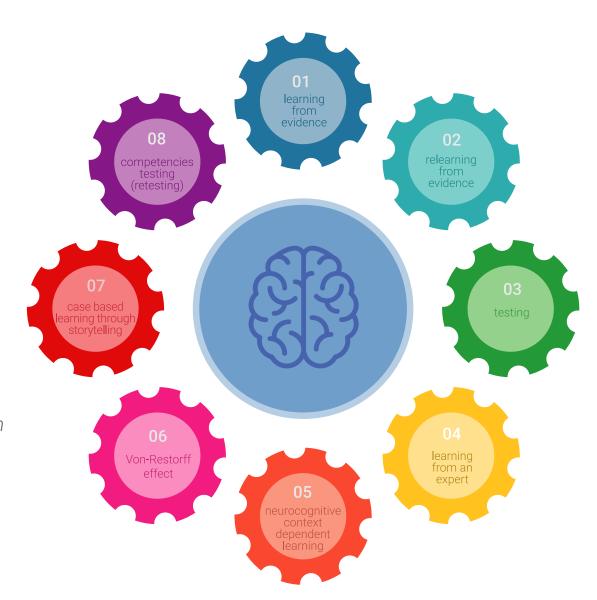
Método Relearning

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

Esse método rompe com as técnicas tradicionais de ensino para colocar o aluno no centro da equação, fornecendo o melhor conteúdo em diferentes formatos. Dessa forma, consegue revisar e reiterar os principais conceitos de cada matéria e aprender a aplicá-los em um ambiente real.

Na mesma linha, e de acordo com várias pesquisas científicas, a repetição é a melhor maneira de aprender. Portanto, a TECH oferece entre 8 e 16 repetições de cada conceito-chave dentro da mesma lição, apresentadas de uma forma diferente, a fim de garantir que o conhecimento seja totalmente incorporado durante o processo de estudo.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.



tech 48 | Metodologia de estudo

Um Campus Virtual 100% online com os melhores recursos didáticos

Para aplicar sua metodologia de forma eficaz, a TECH se concentra em fornecer aos alunos materiais didáticos em diferentes formatos: textos, vídeos interativos, ilustrações e mapas de conhecimento, entre outros. Todos eles são projetados por professores qualificados que concentram seu trabalho na combinação de casos reais com a resolução de situações complexas por meio de simulação, o estudo de contextos aplicados a cada carreira profissional e o aprendizado baseado na repetição, por meio de áudios, apresentações, animações, imagens etc.

As evidências científicas mais recentes no campo da neurociência apontam para a importância de levar em conta o local e o contexto em que o conteúdo é acessado antes de iniciar um novo processo de aprendizagem. A capacidade de ajustar essas variáveis de forma personalizada ajuda as pessoas a lembrar e armazenar o conhecimento no hipocampo para retenção a longo prazo. Trata-se de um modelo chamado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que é aplicado conscientemente nesse curso universitário.

Por outro lado, também para favorecer ao máximo o contato entre mentor e mentorado, é oferecida uma ampla variedade de possibilidades de comunicação, tanto em tempo real quanto em diferido (mensagens internas, fóruns de discussão, serviço telefônico, contato por e-mail com a secretaria técnica, bate-papo, videoconferência etc.).

Da mesma forma, esse Campus Virtual muito completo permitirá que os alunos da TECH organizem seus horários de estudo de acordo com sua disponibilidade pessoal ou obrigações de trabalho. Dessa forma, eles terão um controle global dos conteúdos acadêmicos e de suas ferramentas didáticas, em função de sua atualização profissional acelerada.



O modo de estudo online deste programa permitirá que você organize seu tempo e ritmo de aprendizado, adaptando-o à sua agenda"

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

- 1. Os alunos que seguem este método não só assimilam os conceitos, mas também desenvolvem a capacidade intelectual através de exercícios de avaliação de situações reais e de aplicação de conhecimentos.
- 2. A aprendizagem se consolida nas habilidades práticas, permitindo ao aluno integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
- **3.** A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e eficiente, graças à abordagem de situações decorrentes da realidade.
- 4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.

A metodologia universitária mais bem avaliada por seus alunos

Os resultados desse modelo acadêmico inovador podem ser vistos nos níveis gerais de satisfação 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 tenha se tornado a universidade mais bem avaliada por seus alunos de acordo com o índice global score, obtendo 4,9 de 5 pontos.

Acesse o conteúdo do estudo de qualquer dispositivo com conexão à Internet (computador, tablet, smartphone) graças ao fato da TECH estar na vanguarda da tecnologia e do ensino.

Você 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.

tech 50 | Metodologia de estudo

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



Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online, com as técnicas mais recentes que nos permitem lhe oferecer a melhor qualidade em cada uma das peças que colocaremos a seu serviço.



Práticas de aptidões e competências

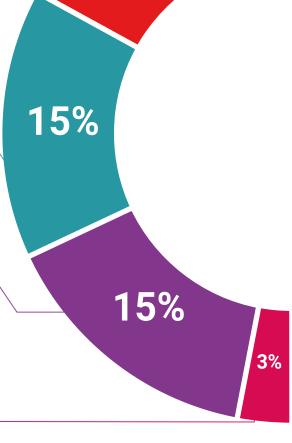
Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no âmbito da globalização.



Resumos interativos

Apresentamos os conteúdos de forma atraente e dinâmica em pílulas multimídia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais com o objetivo de reforçar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"





Leituras complementares

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual do estudante você terá acesso a tudo o que for necessário para completar sua capacitação.

Case Studies

Você concluirá uma seleção dos melhores *case studies* da disciplina. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas no cenário internacional.

Testing & Retesting



Avaliamos e reavaliamos periodicamente seus conhecimentos ao longo de todo o programa. Fazemos isso em 3 dos 4 níveis da Pirâmide de Miller.

Masterclasses



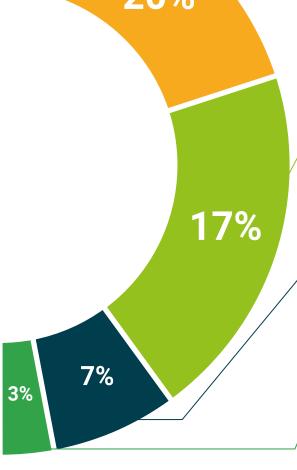
Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O Learning from an expert fortalece o conhecimento e a memória, e aumenta nossa confiança para tomar decisões difíceis no futuro.

Guias rápidos de ação



A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.





66

A diversidade de talentos do corpo docente, altamente qualificado em gestão financeira sênior, criará um ambiente de aprendizado dinâmico"

tech 54 | Equipe de professores

Diretor Internacional Convidado

Erdi Karaca é um desenvolvedor líder de produtos bancários e financeiros, especializado em estratégias digitais, dados e Inteligência Artificial. Com foco na criação de soluções inovadoras, ele contribuiu para o avanço do banco digital e a implementação de tecnologias emergentes no setor financiero. Na verdade, seus interesses incluem a integração da IA para melhorar a experiência do cliente e a otimização dos processos bancários, bem como o design de estratégias para produtos bancários.

Ao longo de sua carreira, ele ocupou cargos de liderança em instituições globais, como o HSBC Kinetic, onde atuou como Diretor de Banco móvel e Vice-diretor de Banco Empresarial, onde liderou equipes no desenvolvimento do HSBC Kinetic e de serviços móveis para bancos empresariais no Reino Unido. Além disso, sua administração tem se concentrado na criação de produtos digitais inovadores, como soluções de pagamento, cartões, empréstimos e ferramentas de gerenciamento financeiro. Também foi Responsável do setor bancário e do sistema Beyond Banking, onde supervisionou projetos que transformaram o setor bancário para PMEs por meio de produtos digitais.

Internacionalmente, Erdi Karaca foi reconhecido por sua capacidade de liderar equipes complexas e desenvolver estratégias que impulsionaram a inovação em bancos digitais. Liderou programas globais que promoveram a integração de tecnologia e serviços bancários inteligentes em diversos mercados. Seu trabalho tem sido fundamental na implementação de soluções bancárias inteligentes baseadas em IA no gerenciamento de produtos financeiros para clientes corporativos em todo o mundo. Além disso, ele contribuiu para a pesquisa de vários produtos para o setor financeiro, publicando artígos sobre a implementação da IA no sistema bancário, bem como apresentando seu trabalho em conferências internacionais.



Sr. Erdi Karaca

- Diretor de serviços bancários móveis do HSBC Kinetic, Londres, Reino Unido
- Vice-diretor de Banco de Negócios do HSBC Kinetic
- Chefe do setor bancário e além do setor bancário do HSBC Kinetic
- CDO (Chief Data Officer) do Banco Comercial Global no HSBC Kinetic
- Inovação, Estratégia e Inovação em Banco Comercial no NatWest Group
- Gerente de Estratégia Digital e Desenvolvimento de Produtos no NatWest Group
- Mestrado em Administração de Empresas pela Universidade de Oxford
- Curso de Inteligência Artificial: Implicações para a estratégia de negócios pela MIT Sloan School of Management
- Mestrado em Política Internacional pela Universidade de Surrey.
- Formado em Ciências Sociais pela Universidade Técnica de Oxford



Graças à TECH você será capaz de aprender com os melhores profissionais do mundo"

Diretora Internacional Convidada

Com mais de 20 anos de experiência na criação e liderança de equipes globais de **aquisição de talentos**, Jennifer Dove é especialista em **recrutamento** e **estrategia tecnológica**. Ao longo de sua carreira, ele ocupou cargos de liderança em várias organizações de tecnologia em empresas da *Fortune 50*, incluindo a **NBCUniversal** e **Comcast**. Seu histórico permitiu que ele se destacasse em ambientes competitivos e de alto crescimento.

Como Vice-Presidente de Aquisição de Talentos da Mastercard, ela é responsável por supervisionar a estratégia e a execução da integração de talentos, colaborando com os líderes de negócios e gerentes de Recursos Humanos para atingir os objetivos operacionais e estratégicos de contratação. Em particular, o objetivo é criar equipes diversificadas, inclusivas e de alto desempenho que impulsionam a inovação e o crescimento dos produtos e serviços da empresa. Além disso, ela é especialista no uso de ferramentas para atrair e reter os melhores profissionais de todo o mundo. Também é responsável por ampliar a marca do empregador e a proposta de valor da Mastercard por meio de publicações, eventos e mídia social.

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de RH e contribuindo para o recrutamento de vários funcionários em diferentes empresas. Depois de obter seu certificado em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de Miami e ocupou cargos de gerência em recrutamento para empresas de vários setores.

Além disso, foi reconhecida por sua capacidade de liderar transformações organizacionais, integrar tecnologias nos processos de recrutamento e desenvolver programas de liderança que preparam as instituições para os desafios futuros. Também implementou com sucesso programas de bem-estar ocupacional que aumentaram significativamente a satisfação e a retenção dos funcionários.



Sra. Jennifer Dove

- Vice-presidente de Aquisição de Talentos, Mastercard, Nova York, EUA
- Diretora de Aquisição de Talentos, NBCUniversal, Nova York, EUA
- Responsável pelo recrutamento da Comcast
- Chefe de recrutamento da Rite Hire Advisory
- Vice-presidente executiva da divisão de vendas da Ardor NY Real Estate
- Diretora de Seleção de Pessoas da Valerie August & Associates
- Executiva de contas da BNC
- Executiva de contas na Vault
- Formada em Comunicação Organizacional pela Universidade de Miami



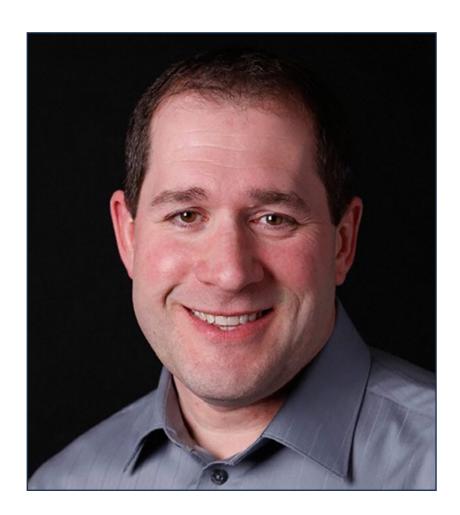
A TECH conta com um grupo distinto e especializado de diretores internacionais convidados, com importantes cargos de liderança nas empresas mais avançadas do mercado global"

Diretor Internacional Convidado

Líder em tecnologia com décadas de experiência no setor das **principais multinacionais de tecnologia**, Rick Gauthier desenvolveu-se de forma proeminente no campo de **serviços** na **nuvem** e aprimoramento de processos de ponta a ponta. Foi reconhecida como um líder e gerente de equipe altamente eficiente, demonstrando um talento natural para garantir um alto nível de comprometimento entre seus funcionários.

Possui um dom inato para a estratégia e a inovação executiva, desenvolvendo novas ideias e apoiando seu sucesso com dados de qualidade. Sua carreira em **Amazon** permitiu que ela gerenciasse e integrasse os serviços de TI da empresa nos Estados Unidos. Na **Microsoft** liderou uma equipe de 104 pessoas, responsável por fornecer infraestrutura de TI para toda a empresa e dar suporte aos departamentos de engenharia de produtos em toda a empresa.

Essa experiência permitiu que ele se destacasse como um gerente de alto impacto com habilidades notáveis para aumentar a eficiência, a produtividade e a satisfação geral do cliente.



Sr. Rick Gauthier

- Gerente regional de TI na Amazon, Seattle, EUA
- Gerente de programa sênior na Amazon
- Vice-presidente da Wimmer Solutions
- Diretor Sênior de Serviços de Engenharia de Produtividade da Microsoft
- Formado em segurança cibernética pela Western Governors University
- Certificado Técnico em Commercial Diving por Divers Institute of Technology
- Graduação em Estudos Ambientais pela The Evergreen State College



Especialistas de renome internacional fornecerão a você uma análise holística das inovações mais importantes no mundo atual dos negócios e da administração"

Diretor Internacional Convidado

Romi Arman é uma especialista de renome internacional com mais de duas décadas de experiência em Transformação Digital, Marketing, Estrategia e Consultoria. Ao longo de sua longa carreira, ele assumiu muitos riscos e é um defensor da inovação e da mudança no ambiente de negócios. Com essa experiência, ele trabalhou com CEOs e organizações corporativas em todo o mundo, incentivando-os a se afastarem dos modelos de negócios tradicionais. Ele ajudou empresas como a energética Shell a se tornarem verdadeiras líderes de mercado, com foco em seus clientes e no mundo digital.

As estratégias elaboradas por Arman têm um impacto latente, pois permitiram que várias corporações melhorar as experiências dos consumidores, a equipe e os acionistas por igual. O sucesso desse especialista é quantificável por meio de métricas tangíveis, como o CSAT, o envolvimento dos funcionários nas instituições em que ele trabalhou e o crescimento do indicador financeiro EBITDA em cada uma delas.

Também criou e liderou equipes de alto desempenho que chegaram a receber prêmios por seu potencial transformador. Especificamente com a Shell, o executivo sempre se propôs a superar três desafios: atender às complexas demandas de descarbonização dos clientes, apoiar a "descarbonização econômica" e revisar um panorama fragmentado de dados, digital e tecnológico. Assim, seus esforços mostraram que, para alcançar o sucesso sustentável, é essencial partir das necessidades dos consumidores e estabelecer as bases para a transformação de processos, dados, tecnologia e cultura.

Por outro lado, o executivo se destaca por seu domínio das aplicações comerciais da Inteligência Artificial, assunto no qual possui pós-graduação pela London Business School. Ao mesmo tempo, a empresa acumulou experiência em IoT e o Salesforce.



Sr. Romi Arman

- Diretor de Transformação Digital (CDO) na Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Diretor Global de Comércio Eletrônico e Atendimento ao Cliente na Corporação Energética Shell
- Gerente nacional de contas-chave (OEMs e varejistas automotivos) para a Shell em Kuala Lumpur, Malásia.
- Consultor de Gestão Sênior (Setor de Serviços Financeiros) para a Accenture de Cingapura
- Formado na Universidade de Harvard
- Diploma de Pós-Graduação em Aplicações Empresariais de IA para Executivos Seniores. Escola de Negócios de Londres
- Certificação Profissional de Experiência do Cliente CCXP
- Curso Executivo de Transformação Digital do IMD



Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços nesta área e aplicá-los em sua prática diária"

tech 62 | Equipe de professores

Diretor Internacional Convidado

Manuel Arens é um profissional experiente em gerenciamento de dados e líder de uma equipe altamente qualificada. De fato, Arens ocupa o cargo de gerente global de compras na divisão de Infraestrutura Técnica e Centro de Dados do Google, onde passou a maior parte de sua carreira. Sediada em Mountain View, Califórnia, a empresa forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como integridade de dados mestres, atualizações de dados de fornecedores e priorização de dados de fornecedores. Ele liderou o planejamento da cadeia de suprimentos do data center e a avaliação de risco do fornecedor, gerando melhorias no processo e no gerenciamento do fluxo de trabalho que resultaram em economias de custo significativas.

Com mais de uma década de experiência fornecendo soluções digitais e liderança para empresas em diversas indústrias, ele possui uma ampla expertise em todos os aspectos da entrega de soluções estratégicas, abrangendo marketing, análise de mídia, mensuração e atribuição. De fato, ele recebeu vários reconhecimentos por seu trabalho, incluindo o Prêmio de Liderança BIM, o Prêmio de Liderança em Pesquisa, o Prêmio de Programa de Geração de Leads de Exportação e o Prêmio de Melhor Modelo de Vendas da EMEA (Europa, Oriente Médio e África).

Além disso, Arens atuou como **Gerente de Vendas** em Dublin, Irlanda. Nesse cargo, ele liderou a formação de uma equipe que cresceu de 4 para 14 membros em três anos, alcançando resultados significativos e promovendo uma colaboração eficaz tanto dentro da equipe de vendas quanto com equipes interfuncionais. Ele também atuou como **Analista Sênior** do Industria, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar domínio do assunto, incluindo uma compreensão dos **fatores macroeconômicos** e **políticos/regulatórios** que afetam a adoção e a difusão da tecnologia.

Ele também liderou equipes em empresas como Eaton, Airbus e Siemens, onde adquiriu valiosa experiência em gerenciamento de contas e cadeia de suprimentos. Ele é particularmente conhecido por seu trabalho para superar continuamente as expectativas, criando relacionamentos valiosos com os clientes e trabalhando perfeitamente com pessoas de todos os níveis de uma organização, incluindo partes interessadas, gerência, membros da equipe e clientes. Sua abordagem orientada por dados e sua capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escalonáveis para os desafios do setor o tornaram um líder proeminente em sua área.



Sr. Manuel Arens

- Gerente Global de Compras em Google, View, Estados Unidos
- Principal responsável pela análise e tecnologia B2B do Google, Estados Unidos
- Diretor de vendas do Google, Irlanda
- · Analista Industrial Sênior do Google, Alemanha
- Gerente de contas do Google, Irlanda
- Contas a pagar em Eaton, Reino Unido
- Gerente da cadeia de suprimentos da Airbus, Alemanha



Deseja atualizar seus
conhecimentos com a mais
alta qualidade educacional? A
TECH oferece o conteúdo mais
atualizado do mercado acadêmico,
elaborado por especialistas de
renome internacional"

tech 64 | Equipe de professores

Diretor Internacional Convidado

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

Os resultados desse gerente internacional de alto nível foram associados à sua capacidade sintetizar informações en marcos claros y ejecutar acciones concretas alineadas a objetivos empresariais específicos. Além disso, ele é reconhecido por sua proatividade e adaptabilidade ao ritmo acelerado de de trabalho. A tudo isso, esse especialista acrescenta uma forte consciência comercial, visão de mercado e uma verdadeira paixão por produtos.

Como Diretor Global de Marca e Merchandising da Giorgio Armani, ele supervisionou várias estratégias de Marketing para roupas e acessórios. Além disso, suas táticas têm se concentrado nas necessidades e no comportamento do varejo e as necessidades e o comportamento do consumidor. Nessa posição, La Sala também foi responsável por moldar o marketing de produtos em diferentes mercados, atuando como líder de equipe nos departamentos de Design, Comunicação e Vendas.

Por outro lado, em empresas como a Calvin Klein ou o Gruppo Coin, ele 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. Ele também foi responsável pelos termos, custos, processos e prazos de entrega de várias operações.

Essas experiências fizeram de Andrea La Sala um dos **líderes corporativos** da **Moda** e o **Luxo**. Uma alta capacidade gerencial com a qual foi capaz de implementar efetivamente o **posicionamento positivo** de **diferentes marcas** e redefinir seus KPIs.



Sr. Andrea La Sala

- Diretor Global de Marca e Merchandising da Armani Exchange na Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising e Calvin Klein
- Gerente de marca no Gruppo Coin
- Brand Manager em Dolce&Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A.
- Analista de mercado na Fastweb
- Formado em Administração de Empresas e Economia pela Universidad degli Studi de Piemonte Oriental



Os profissionais internacionais mais qualificados e experientes estão esperando por você na TECH para lhe oferecer um ensino de alto nível, atualizado e baseado nas mais recentes evidências científicas. O que está esperando para se matricular?"

Diretor Internacional Convidado

Mick Gram é sinônimo de inovação e excelência no campo de Inteligência Empresarial em nível internacional. Sua carreira de sucesso está ligada a cargos de liderança em multinacionais como Walmart e Red Bull. Além disso, ele é conhecido por sua visão na identificação de tecnologias emergentes que, a longo prazo, têm um impacto duradouro no ambiente corporativo.

Por outro lado, o executivo é considerado pioneiro no uso de técnicas de visualização de dados que simplificam conjuntos complexos, tornando-os acessíveis e facilitando a tomada de decisões. Essa habilidade tornou-se o pilar de seu perfil profissional, transformando-o em um ativo desejado por muitas organizações comprometidas com a coleta de informações e a geração de ações concretas com base nelas.

Um de seus projetos mais proeminentes nos últimos anos foi a plataforma Walmart Data Cafe, la maior do gênero no mundo, ancorada na nuvem para análise de *Big Data*. Também foi Diretor de Business Intelligence na Red Bull, abrangendo áreas como Vendas, Distribuição, Marketing e Operações da Cadeia de Suprimentos. Sua equipe foi recentemente reconhecida por sua constante inovação no uso da nova API do Walmart Luminate para insights de compradores e canais.

Em termos de formação, o gestor tem vários estudos de mestrado e pós-graduação em centros de prestígio, como a Universidade de Berkeley, nos Estados Unidos, e na Universidade de Copenhague, na Dinamarca. Por meio dessa atualização contínua, o especialista alcançou as competências mais avançadas. Por isso, ele passou a ser visto como um líder nato da nova economia mundial, na busca por dados e suas infinitas possibilidades.



Sr. Michk Gram

- Diretor de Business Intelligence e Análises na Red Bull, Los Angeles, EUA
- Arquiteto de soluções de Business Intelligence para Walmart Data Cafe
- Consultor independente de Business Intelligence e Data Science
- Diretor de Business Intelligence na Capgemini
- Analista sênior na Nordea
- Consultor Chefe de Bussiness Intelligence para SAS
- Educação executiva em IA e aprendizado de máquina na Faculdade de Engenharia da Universidade da Califórnia em Berkeley
- MBA Executivo em comércio eletrônico na Universidade de Copenhague
- Formado e Mestre em Matemática e Estatística pela Universidade de Copenhague



Matricule-se agora na melhor universidade online do mundo, de acordo com a Forbes! Neste MBA, você terá acesso a uma extensa biblioteca de recursos multimídia, desenvolvida por professores de renome internacional"

Diretor Internacional Convidado

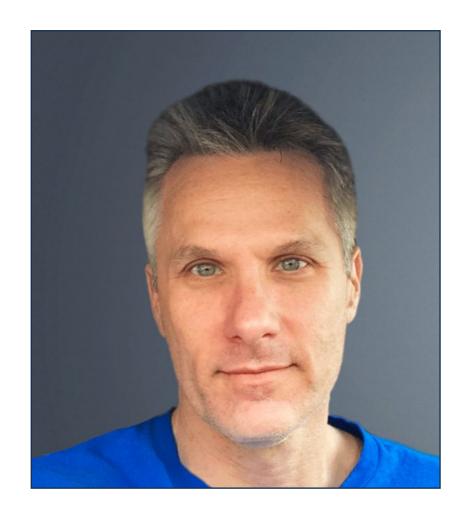
Scott Stevenson é um ilustre especialista no setor de Marketing Digital que, há mais de 19 anos, está ligado a uma das empresas mais poderosas do setor de entretenimento, Warner Bros.

Discovery. Nessa função, ele desempenhou um papel fundamental na supervisão de logística e fluxos de trabalho criativo em várias plataformas digitais, incluindo mídia social, pesquisa, exibição e mídia linear.

A liderança desse executivo foi crucial na condução de estratégias de produção de mídia paga,, resultando em uma melhoria acentuada nas taxas de conversão de sua empresa. Ao mesmo tempo, ele assumiu outras funções, como Diretor de Serviços de Marketing e Gerente de Tráfego na mesma multinacional durante sua gestão anterior.

Stevenson também esteve envolvido na distribuição global de videogames e campanhas de propriedade digital. Também foi responsável pela introdução de estratégias operacionais relacionadas à modelagem, finalização e entrega de conteúdo de som e imagem para comerciais de televisão e trailers.

Além disso, o especialista é bacharel em Telecomunicações pela Universidade da Flórida e mestre em Escrita Criativa pela Universidade da Califórnia, o que demonstra suas habilidades em comunicação e narração. Além disso, ele participou da Escola de Desenvolvimento Profissional da Universidade de Harvard em programas de ponta sobre o uso da Inteligência Artificial nos negócios. Por isso, seu perfil profissional é um dos mais relevantes na área atual de Marketing e os Meios Digitais.



Sr. Scott Stevenson

- Diretor de Marketing Digital da Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de tráfego da Warner Bros. Entertainment
- Mestrado em Escrita criativa pela Universidade de Califórnia
- Formada em Telecomunicações pela Universidade da Flórida



Alcance seus objetivos acadêmicos e profissionais com os especialistas mais qualificados do mundo! Os professores deste MBA lhe orientarão durante todo o processo de aprendizado"

tech 70 | Equipe de professores

Diretora Internacional Convidada

Vencedora do International Content Marketing Awards por sua criatividade, liderança e conteúdo informativo de qualidade, Wendy Thole-Muir é uma renomada **Diretora de Comunicações** altamente especializada na área de **gerenciamento de reputação**.

Nesse sentido, ele desenvolveu uma sólida carreira profissional de mais de duas décadas nesse campo, o que o levou a fazer parte de entidades de referência internacional de prestígio, como Coca-Cola. A função envolve a supervisão e o gerenciamento da comunicação corporativa, bem como o controle da imagem organizacional. Suas principais contribuições incluem liderar a implementação da plataforma de interação interna Yammer. Como resultado, os funcionários aumentaram seu compromisso com a marca e criaram uma comunidade que melhorou significativamente a transmissão de informações.

Além disso, foi encarregado de gerenciar a comunicação dos investimentos estratégicos das empresas em diferentes países africanos. Gerenciou diálogos sobre investimentos significativos no Quênia, demonstrando o compromisso das entidades com o desenvolvimento econômico e social do país. Por sua vez, alcançou inúmeros reconhecimentos por sua capacidade de gerenciar as percepções das empresas em todos os mercados em que atua. Dessa forma, garantiu que as empresas mantivessem um perfil elevado e que os consumidores as associassem à alta qualidade.

Além disso, em seu firme compromisso com a excelência, tem participado ativamente de renomadas **conferências** e **simpósios** globais com o objetivo de ajudar os profissionais da informação a permanecerem na vanguarda das técnicas mais sofisticadas para o **desenvolvimento de planos de comunicação estratégica** bem-sucedidos. Assim, ajudou vários especialistas a

antecipar situações de crise institucional e gerenciar eventos adversos de forma eficaz.



Sra. Wendy Thole-Muir

- Diretora de Comunicações Estratégicas e Reputação Corporativa na Coca-Cola, África do Sul
- Diretora de Reputação Corporativa e Comunicações da ABI na SABMiller de Lovania, Bélgica
- Consultora de comunicações na ABI, Bélgica
- Consultora de reputação e comunicação da Third Door em Gauteng, África do Sul
- Mestre em Estudos de Comportamento Social pela Universidade da África do Sul
- Mestre em Sociologia e Psicologia pela Universidade da África do Sul
- Formada em Ciências Políticas e Sociologia Industrial pela Universidade de KwaZulu-Natal
- Formada em Psicologia pela Universidade da África do Sul



Graças a esse curso universitário 100% online, você poderá combinar seus estudos com suas tarefas diárias, com a ajuda dos principais especialistas internacionais na área de seu interesse. Faça sua matrícula agora!"

tech 72 | Equipe de professores

Direção



Sr. Domingo Folgado, Javier

- Diretor de Desenvolvimento Corporativo e Relações com Investidores na White Investing
- Founding Director da Relianze
- Responsável do Departamento de Análise da Aznar Patrimônio
- Founding Partner na Finance Business School
- Diretor de bancos privados em Degroof Petercam
- Doutorado em matemática avançada aplicada à economia pela UNED
- Formado em Ciências Econômicas e Empresariais pela Universidade de Valência
- Mestrado em Gestão de Portfólio pelo *Instituto de Finanças Avançadas*







tech 76 | Certificação

Este **Advanced Master em Alta Gestão Financeira** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

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

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Advanced Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: Advanced Master em Alta Gestão Financeira

Modalidade: online
Duração: 2 anos







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



Advanced Master Alta Gestão Financeira

» Modalidade: online

» Duração: **2 anos**

» Certificado: TECH Universidade Tecnológica

» Horário: no seu próprio ritmo

» Provas: online

