

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Gestão de Compras



Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Gestão de Compras

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 7 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acreditação: 60 + 5 ECTS

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-mba-gestao-compras

Índice

01	02	03	04
Apresentação	Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?	Objetivos	Competências
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>pág. 4</i>	<i>pág. 8</i>	<i>pág. 12</i>	<i>pág. 16</i>
	05	06	07
	Direção do curso	Conteúdo programático	Práticas
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 20</i>	<i>pág. 26</i>	<i>pág. 34</i>
	08	09	10
	Onde posso realizar o Estágio?	Metodologia	Certificado
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>pág. 40</i>	<i>pág. 46</i>	<i>pág. 54</i>

01

Apresentação

A falta de fornecimento de produtos, a má qualidade deles ou um processo de logística inadequado certamente levarão uma empresa ao fracasso. No entanto, essas deficiências podem ser facilmente corrigidas se a empresa contar com um excelente departamento de compras, liderado por um profissional capacitado. É por isso que a TECH oferece esta certificação com conteúdo avançado e de qualidade, permitindo que os alunos adquiram o conhecimento necessário para liderar efetivamente um departamento crucial na estratégia de qualquer instituições. Uma certificação que inclui uma fase teórica 100% online e um estágio prático em uma empresa de prestígio, onde os alunos podem desenvolver habilidades e capacidades de maneira mais direta e em um ambiente de trabalho real.



“

Esse Mestrado Próprio Semipresencial em Gestão de Compras permitirá que você elabore a melhor estratégia nesse campo em sua empresa"

Nos últimos anos, o departamento de Compras tem ganhado grande importância nas empresas, devido à alta competitividade e às exigências de consumidores em busca de produtos inovadores e de qualidade. Nesse cenário, é fundamental contar com excelentes fornecedores, estabelecer acordos de entrega e recebimento de mercadorias, sempre com o foco na obtenção de benefícios.

Além disso, as novas tecnologias têm impulsionado a digitalização em muitas empresas, levando a mudanças nas operações logísticas. Nesse ambiente inovador, é essencial contar com profissionais capazes de liderar esses departamentos com uma nova visão empresarial, utilizando todas as ferramentas de gestão disponíveis. Nesse sentido, a TECH desenvolveu o Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Compras, oferecendo aos alunos um ensino de alto nível com uma abordagem teórico-prática.

Durante esse percurso acadêmico, os alunos explorarão temas como liderança, gestão de projetos, gestão estratégica de compras, responsabilidade social corporativa e impacto socioecológico. Eles obterão uma visão internacional e de expansão empresarial. Para isso, essa instituição acadêmica oferece recursos de ensino multimídia que o aluno pode acessar, de forma conveniente, quando e onde quiser. Tudo o que é necessário é um computador, tablet ou telefone celular com conexão à internet para acessar o programa de estudos hospedado na plataforma virtual.

Após a conclusão da fase teórica, os alunos realizarão um estágio prático em uma empresa renomada e com ampla experiência em seu setor. Isso proporcionará aprendizado direto e essencial para avançar em suas carreiras profissionais.

Sem dúvida, a TECH oferece com este programa acadêmico uma opção acadêmica única para aqueles que desejam estudar uma educação de alto nível, com acesso flexível ao seu programa de estudos, e também com uma Capacitação Prática, que o levará a se desenvolver na Gestão de um Departamento de Compras de uma empresa relevante.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão Compras** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 estudos de casos apresentados por especialistas em Gestão de Compras
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e extremamente prático foi projetado para fornecer informações e assistência atualizadas sobre as disciplinas administrativas essenciais para a prática profissional
- ♦ Conhecimento profundo da área de Recursos Humanos, bem como de suas características e modelos de gestão
- ♦ Sistema interativo de aprendizado baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre os casos práticos apresentados
- ♦ Guias práticos para o uso das principais ferramentas de administração de Recursos Humanos
- ♦ Tudo isso será complementado com aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões polêmicas e trabalho de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de conteúdo através de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet
- ♦ Além disso, o aluno formado poderá fazer um estágio em uma grande empresa



Conduza a estratégia de compras de sua empresa com confiança e faça-a crescer, graças ao conhecimento que você obterá neste Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Compras"

“

Realize um estágio intensivo de três semanas em um centro de prestígio e adquira todo o conhecimento necessário para gerenciar com sucesso o Departamento de Compras de grandes empresas"

Nesta proposta de Mestrado Próprio, de natureza profissional e modalidade semipresencial, o programa se destina a atualizar os profissionais que exercem suas funções no Departamento de Compras e que exigem um alto nível de capacitação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências científicas e são orientados de forma didática para integrar o conhecimento teórico das funções desse departamento e os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização do conhecimento e permitirão a tomada de decisões dentro da estratégia empresarial.

Graças ao seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, eles permitirão que o profissional Gerente do Departamento de Compras aprenda de forma situada e contextual, ou seja, em um ambiente simulado que proporcionará um aprendizado imersivo programado para capacitar em situações reais. A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, por meio da qual os estudantes devem tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem ao longo do programa. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

A TECH fornece a você as ferramentas pedagógicas mais inovadoras. Acesse-as, 24 horas por dia, de qualquer dispositivo eletrônico com conexão à internet.

Dê passos firmes e seguros na aquisição de produtos para sua empresa, graças às ferramentas de gestão de projetos que você obterá neste Mestrado Próprio Semipresencial.



02

Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Estar atualizado sobre os procedimentos e metodologias mais eficazes em relação à Gestão de Compras requer uma constante atualização devido aos avanços da tecnologia e da ciência. A administração e liderança de uma empresa exigem profissionais capacitados em cada departamento que desempenhem eficientemente suas funções. Diante dessa necessidade e da escassez de tempo dos profissionais atualmente, a TECH desenvolveu um novo modelo de ensino com uma parte teórica 100% online e uma Capacitação Prática em um centro empresarial de referência, junto aos especialistas mais inovadores. Dessa forma, será possível moldar o perfil competitivo necessário para o mercado de trabalho atual.



“

Em apenas 12 meses, você será capaz de moldar um perfil gerencial muito mais competitivo, de acordo com as demandas do mercado de trabalho atual"

1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

Este Mestrado Próprio Semipresencial utiliza tecnologia e metodologias de vanguarda, permitindo que seja realizado confortavelmente a partir do dispositivo de sua escolha. A parte teórica inclui um material de estudo exclusivo e recursos audiovisuais dinâmicos, possibilitando a conclusão das primeiras 1500 horas de maneira confortável e flexível. Para a conclusão, haverá um total de 120 horas de Capacitação Prática em um ambiente empresarial alinhado com os objetivos propostos, garantindo uma experiência atualizada e prática.

2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas

Este programa possui um itinerário acadêmico especializado em Gestão de Compras, elaborado pelos professores mais experientes e com um perfil específico de ampla trajetória na área. Além disso, não apenas na teoria, mas também na prática, o aluno contará com o acompanhamento adequado de um orientador designado para alcançar as metas estabelecidas.

3. Entrar em ambientes profissionais de primeira classe

A TECH seleciona cuidadosamente todos os centros disponíveis para a realização das Capacitações Práticas. Graças a isso, o profissional terá garantido o acesso a um ambiente empresarial de prestígio na área de Gestão de Compras. Dessa forma, ele poderá vivenciar o dia a dia de uma área de trabalho exigente, rigorosa e minuciosa, aplicando sempre as metodologias de trabalho mais modernas.





4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

Graças à constante inovação e ao estudo dos métodos de ensino mais eficazes, a TECH alcançou essa nova proposta acadêmica semipresencial, na qual o profissional poderá desenvolver todo o seu talento em termos de funções de gestão e liderança em um departamento de compras desde o primeiro dia.

5. Ampliar as fronteiras do conhecimento

A TECH facilita a expansão profissional e pessoal necessária ao trabalhador de hoje com este Mestrado Próprio Semipresencial. Esse programa exclusivo e progressivo permitirá que sua carreira rumo ao sucesso seja alcançada em apenas 12 meses, com um método de aprendizagem baseado no *Relearning* e estágio para aprimorar seus talentos.

“

Você irá vivenciar uma imersão prática completa na clínica que escolher”

03

Objetivos

O projeto desse programa acadêmico permitirá que os alunos obtenham um aprendizado intensivo sobre Gestão de Compras durante 12 meses. Um conhecimento fundamental para o desenvolvimento pessoal e profissional, em um mercado onde a competitividade e a diferenciação desempenham papéis cruciais. Para alcançar esse objetivo, a TECH disponibiliza recursos pedagógicos inovadores, aos quais os alunos podem acessar 24 horas por dia, a partir de qualquer dispositivo eletrônico com conexão à internet. Essa flexibilidade na fase teórica é complementada por um estágio prático em uma instituição de referência em seu setor. Com todos esses elementos, esta instituição acadêmica visa impulsionar a carreira profissional dos alunos.



“

Este Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Compras lhe dá a oportunidade de se destacar e estabelecer novos desafios no mundo dos negócios”



Objetivo geral

- Dentro da estratégia empresarial, o Departamento de Compras é essencial para obter benefícios, garantir uma atenção de qualidade aos fornecedores e gerar satisfação final dos clientes que adquirem os produtos. Portanto, o objetivo geral deste Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Compras é oferecer o conhecimento teórico-prático mais avançado, permitindo que os alunos alcancem com sucesso tais metas em suas empresas



Este programa de atualização lhe proporcionará o conhecimento necessário para liderar com confiança a Gestão de Compras de seu próximo projeto empresarial"





Objetivos específicos

- ♦ Definir políticas de compras e aquisição dentro do contexto da logística integral
- ♦ Estabelecer políticas, práticas e alavancas que configurem a gestão de compras, assim como as relações cliente-fornecedor
- ♦ Utilizar as ferramentas de compra mais apropriadas para a seleção e avaliação dos melhores fornecedores
- ♦ Estruturar as necessidades no âmbito das compras
- ♦ Implementar um plano de melhoria da produtividade e redução de custos
- ♦ Avaliar e medir os resultados através da identificação de indicadores-chave
- ♦ Desenvolver estratégias de negociação que gerem relações estáveis e positivas com os fornecedores
- ♦ Elaborar um plano estratégico para o departamento de compras
- ♦ Definir as implicações financeiras da gestão de compras sobre a rentabilidade da empresa
- ♦ Adquirir habilidades de liderança que permita desenvolver seu trabalho profissional com maior fluência

04

Competências

Na Gestão de Compras, é extremamente importante dominar as ferramentas de gestão de projetos e análise econômica para estabelecer estratégias adequadas. Tudo isso será possível graças a essa capacitação acadêmica, que também permitirá que os alunos aprimorem suas habilidades e capacidades de liderança em uma área de grande valor no mundo dos negócios.



“

Este Mestrado Próprio Semipresencial lhe fornecerá as ferramentas necessárias para liderar o Departamento de Compras ou para iniciar seu projeto com segurança”



Competências gerais

- Realizar e gerenciar o desempenho e a auditoria de compras
- Buscar e selecionar os fornecedores mais adequados para a empresa
- Ter um planejamento logístico internacional que permita aprimorar os benefícios da empresa
- Aplicar os mais altos padrões de qualidade em todos os processos e projetos
- Planejar as compras considerando a estratégia da empresa
- Supervisionar de maneira adequada a qualidade das entregas
- Adquirir habilidades para manter um relacionamento adequado com fornecedores e clientes
- Expandir as habilidades para a análise da situação financeira da empresa

“

As competências que você desenvolverá após concluir este programa permitirão que você alcance o sucesso profissional que deseja”





Competências específicas

- ♦ Realizar um diagnóstico financeiro da empresa
- ♦ Conduzir uma análise de mercado que permita compreender a situação da empresa e de seus concorrentes
- ♦ Melhorar os processos nas áreas de compras e abastecimento
- ♦ Compreender a importância das auditorias no processo de compras e abastecimento da empresa
- ♦ Entender a empresa e o processo logístico a partir de uma visão estratégica internacional
- ♦ Dominar as ferramentas Lean para a gestão de projetos
- ♦ Conhecer as ferramentas de gestão responsável

05

Direção do curso

A TECH reuniu uma equipe completa de professores com reconhecido conhecimento na área pedagógica, especificamente em negócios, administração e compras. Esse encontro possibilita a oferta de conteúdo de alta qualidade e atualidade, graças ao perfil ativo de suas carreiras profissionais. Dessa forma, o profissional terá o acompanhamento necessário para aprimorar suas habilidades e desenvolver as novas competências que serão aplicadas imediatamente no setor empresarial moderno.





“

Especialistas em expansão internacional, Responsabilidade Social Corporativa e Auditoria compõem a equipe de professores desse programa”

Director Invitado Internacional

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. Baseado em Mountain View, Califórnia, ele forneceu soluções para os desafios operacionais da gigante da tecnologia, como integridade de dados mestres, atualizações de dados de fornecedores e priorização 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 trabalho fornecendo soluções digitais e liderança para empresas de diversos setores, ele tem ampla experiência em todos os aspectos do fornecimento de soluções estratégicas, incluindo marketing, análise de mídia, medição e atribuição. Na verdade, ele recebeu vários prêmios por seu trabalho, incluindo o BIM Leadership Award, o Search Leadership Award, o Export Lead Generation Programme Award e o EMEA Best Sales Model Award.

Arens também atuou como gerente de vendas em Dublin, na Irlanda. Nessa função, ele formou uma equipe de 4 a 14 membros ao longo de três anos e liderou a equipe de vendas para obter resultados e colaborar bem entre si e com as equipes multifuncionais. Também atuou como Analista Sênior do Setor, em Hamburgo, Alemanha, criando histórias para mais de 150 clientes usando ferramentas internas e de terceiros para apoiar a análise. Ele desenvolveu e escreveu relatórios detalhados para demonstrar seu domínio do assunto, incluindo a 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 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 dimensionáveis para os desafios do setor o tornaram um líder proeminente em sua área.



D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

“

Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Direção



Sr. Salvador Larrosa Guirao

- ♦ Especialista em Finanças
- ♦ Especialista em Pesquisa de Mercado, Finanças e Análise de Risco
- ♦ Professor Universitário

Professores

Sra. Silvia Gomis Noriega

- ♦ Especialista em Inovação
- ♦ Coordenadora de PD&I
- ♦ Especialista em Transformação Tecnológica
- ♦ Professora



06

Conteúdo programático

O plano de estudos deste curso acadêmico foi elaborado para oferecer o conteúdo mais relevante e essencial em Gestão de Compras. Graças a ele, os alunos poderão ampliar seus conhecimentos e habilidades em liderança, gestão econômica e logística. Além disso, por meio do material didático multimídia, os alunos adquirirão um aprendizado mais atraente e dinâmico sobre gestão de projetos, pesquisa de mercado e direção estratégica. Complementando esse excelente ensino teórico, há uma Capacitação Prática em uma empresa de prestígio, onde os conceitos adquiridos podem ser aplicados em um ambiente de trabalho real.



“

Uma equipe de excelentes profissionais com experiência em Gestão de Compras será responsável por fornecer a você um aprendizado prático e útil"

Módulo 1. *Management* e liderança

- 1.1. *General Management*
 - 1.1.1. Integração de estratégias funcionais em estratégias gerais de negócios
 - 1.1.2. Política de Gestão e Processos
 - 1.1.3. *Sociedade e Empresa*
- 1.2. Gestão estratégica
 - 1.2.1. Estabelecer a posição estratégica: Missão, Visão e Valores
 - 1.2.2. Desenvolvimento de novos negócios
 - 1.2.3. Crescimento e consolidação da estratégia corporativa
- 1.3. Estratégia competitiva
 - 1.3.1. Análise de mercado
 - 1.3.2. Vantagem competitiva sustentável
 - 1.3.3. Retorno sobre o investimento
- 1.4. Estratégia corporativa
 - 1.4.1. *Driving Corporate Strategy*
 - 1.4.2. *Pacing Corporate Strategy*
 - 1.4.3. *Framing Corporate Strategy*
- 1.5. Planejamento e estratégia
 - 1.5.1. Relevância da Gestão Estratégica no processo de Controle de Gestão
 - 1.5.2. Análise do ambiente da organização
 - 1.5.3. *Lean Management*
- 1.6. Gestão do talento
 - 1.6.1. Gestão do Capital Humano
 - 1.6.2. Ambiente, estratégia e métricas
 - 1.6.3. Inovação na gestão de pessoas
- 1.7. Desenvolvimento de gestão e liderança
 - 1.7.1. Liderança e estilos de liderança
 - 1.7.2. Motivação
 - 1.7.3. Inteligência emocional
 - 1.7.4. Reuniões eficazes

- 1.8. Gestão de mudanças
 - 1.8.1. Análise de desempenho
 - 1.8.2. Liderar a mudança. Resistência à mudança
 - 1.8.3. Gestão de processos de mudança
 - 1.8.4. Gestão de equipes multiculturais
- 1.9. Negociação
 - 1.9.1. Negociação intercultural
 - 1.9.2. Abordagens para a negociação
 - 1.9.3. Técnicas efetivas de negociação
 - 1.9.4. Reestruturação

Módulo 2. Logística e gestão econômica

- 2.1. Diagnóstico financeiro
 - 2.1.1. Indicadores para a análise das declarações financeiras
 - 2.1.2. Análise da rentabilidade
 - 2.1.3. Rentabilidade econômica e financeira de uma empresa
- 2.2. Análise econômica das decisões
 - 2.2.1. Controle Orçamentário
 - 2.2.2. Análise da concorrência. Análise comparativa
 - 2.2.3. Tomada de decisões. Investimento ou desinvestimento comercial
- 2.3. Avaliação de investimentos e *Portfolio Management*
 - 2.3.1. Rentabilidade dos projetos de investimento e a criação de valor
 - 2.3.2. Modelos para avaliação de projetos de investimento
 - 2.3.3. Análise de sensibilidade, construção de cenários e árvores de decisão
- 2.4. Gestão Financeira para gestão de compras
 - 2.4.1. Efeito multiplicador das compras sobre os lucros
 - 2.4.2. Rentabilidade e redução de custos
 - 2.4.3. Custos de oportunidades dos ativos
- 2.5. Controle econômico das compras
 - 2.5.1. KPIs, indicadores-chave da gestão de compras
 - 2.5.2. Impacto no custo total da gestão adequada dos KPI
 - 2.5.3. Quadro de pontuação econômica e de controle das compras

- 2.6. Gestão de Armazéns, Estoques e Logística
 - 2.6.1. Direção de logística de compras
 - 2.6.2. Gestão de Estoque
 - 2.6.3. Gestão de Armazém
- 2.7. *Supply Chain Management*
 - 2.7.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
 - 2.7.2. Mudança nos padrões da demanda
 - 2.7.3. Mudança na estratégia das operações
- 2.8. Processos logísticos
 - 2.8.1. Instituição e gestão por processos
 - 2.8.2. Suprimentos, produção, distribuição
 - 2.8.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
 - 2.8.4. Serviço de pós-venda
- 2.9. Logística e clientes
 - 2.9.1. Análise e previsão de demanda
 - 2.9.2. Previsão e planejamento de vendas
 - 2.9.3. *Collaborative Planning Forecasting and Replacement*
- 2.10. Logística internacional
 - 2.10.1. Alfândega, processos de exportação e importação
 - 2.10.2. Formas e meios de pagamento internacional
 - 2.10.3. Plataformas logísticas internacionais

Módulo 3. Pesquisa de Mercado

- 3.1. Novo Ambiente Competitivo
 - 3.1.1. Inovação tecnológica e impacto econômico
 - 3.1.2. Sociedade do conhecimento
 - 3.1.3. O novo perfil do consumidor
- 3.2. Métodos e técnicas de pesquisa quantitativa
 - 3.2.1. Variáveis e escalas de medição
 - 3.2.2. Fontes de informação
 - 3.2.3. Técnicas de amostragem
 - 3.2.4. Processamento e análise de dados

- 3.3. Métodos e técnicas de pesquisa qualitativas
 - 3.3.1. Técnicas diretas: *Grupos Focais*
 - 3.3.2. Técnicas antropológicas
 - 3.3.3. Técnicas indiretas
 - 3.3.4. *Two Face Mirror* e método Delphi
- 3.4. Segmentação de mercados
 - 3.4.1. Tipologias de mercado
 - 3.4.2. Conceito e análise da demanda
 - 3.4.3. Segmentação e critérios
 - 3.4.4. Definição de público-alvo
- 3.5. Tipos de comportamento de compra
 - 3.5.1. Comportamento complexo
 - 3.5.2. Comportamento de redução de dissonâncias
 - 3.5.3. Comportamento de busca variada
 - 3.5.4. Comportamento habitual de compra
- 3.6. Sistemas de informação de marketing
 - 3.6.1. Abordagens conceituais para do sistema de informação de marketing
 - 3.6.2. *Armazenamento de Dados e Mineração de Dados*
 - 3.6.3. Sistemas de informação geográfica
- 3.7. Gestão de projetos de pesquisa
 - 3.7.1. Ferramentas de análise da informação
 - 3.7.2. Desenvolvimento do plano de gestão de expectativas
 - 3.7.3. Avaliação de viabilidade do projeto
- 3.8. *Marketing Intelligence*
 - 3.8.1. *Big Data*
 - 3.8.2. Experiência do usuário
 - 3.8.3. Aplicação de técnicas

Módulo 4. Gestão de projetos e qualidade para compradores

- 4.1. *Lean Management*
 - 4.1.1. Princípios básicos de *Lean Management*
 - 4.1.2. Grupos de melhoria e resolução de problemas
 - 4.1.3. Novas formas de manutenção e gestão da qualidade
- 4.2. Ferramentas Lean para a gestão de projetos
 - 4.2.1. Ferramentas de melhoria da qualidade
 - 4.2.2. Ferramentas de melhoria de custos
 - 4.2.3. Ferramentas de melhoria de prazos
 - 4.2.4. Ferramentas de melhoria do engajamento de pessoal
- 4.3. Aplicação prática da gestão *Lean*: princípios e regras básicas
 - 4.3.1. Identificação do desperdício em Compras e *Procurement*
 - 4.3.2. Aplicação prática das 4 regras *Lean*
 - 4.3.3. Definição única de subprocessos pelo SIPOC
- 4.4. *Lean Six Sigma* nos processos de compra
 - 4.4.1. Maximizar o valor através da abordagem de melhoria do DMAIC
 - 4.4.2. Diagnosticar a capacidade do processo e do potencial de melhoria
 - 4.4.3. Utilização de métricas de processo e de resultado em *Procurement*
- 4.5. Gestão de qualidade em projetos
 - 4.5.1. Planejamento de projeto com base em requisitos e especificações
 - 4.5.2. Requisitos do cliente e avaliação competitiva
 - 4.5.3. Objetivos, relações e correlações
 - 4.5.4. Análise modal de falhas e efeitos
- 4.6. Gestão da qualidade total e gestão avançada de projetos
 - 4.6.1. *Total Quality Management*
 - 4.6.2. *Six Sigma* como sistema global de gestão empresarial
 - 4.6.3. Modelo EFQM
- 4.7. Mapa da cadeia de valor nos processos de aquisição
 - 4.7.1. Identificação de objetivos concretos de melhoria
 - 4.7.2. Ajuste e equilíbrio dos processos para reduzir o tempo ocioso e otimizar os recursos

Módulo 5. Função de compras e aquisição

- 5.1. Compras e cadeia de valor
 - 5.1.1. Missão, objetivo e estrutura do departamento de compras e aquisições
 - 5.1.2. Principais componentes do departamento de compras
 - 5.1.3. Compras e fluxo logístico da empresa
 - 5.1.4. Gestão de indicadores, quadro de resultados
- 5.2. Desenvolvimento da estratégia de Compras
 - 5.2.1. Especificações de compra
 - 5.2.2. Gestão de entradas, pedidos e notas fiscais
 - 5.2.3. Gestão de incidentes e inventário
- 5.3. Análise de preços, custos e valor de compra
 - 5.3.1. *Category Management*
 - 5.3.2. Sistemas RFP e RFQ
 - 5.3.3. Índices internacionais para fixação de preços
 - 5.3.4. Fixação dinâmica de preços
- 5.4. Gestão de risco em Compras
 - 5.4.1. Natureza do risco
 - 5.4.2. Riscos no mercado de suprimentos
 - 5.4.3. Seguros
 - 5.4.4. Riscos de preços, volatilidade
- 5.5. e-procurement
 - 5.5.1. e-business e e-sourcing
 - 5.5.2. Leilões e leilões reversos
 - 5.5.3. Custos de aplicação e sistemas mais usados
 - 5.5.4. e-purchasing
- 5.6. Compras em diferentes indústrias e setores
 - 5.6.1. Compra de serviços
 - 5.6.2. Compra de bens de equipamento
 - 5.6.3. Compra de merchandising, marketing e publicidade
 - 5.6.4. TI, transporte e outros setores
 - 5.6.5. Compra no setor público

Módulo 6. Gestão estratégica de compras

- 6.1. Gestão estratégica de compras
 - 6.1.1. Novos desafios na gestão de compras, *Sourcing* e provisionamento
 - 6.1.2. O papel de Compras na empresa e na cadeia de suprimentos
 - 6.1.3. O papel de Compras como fornecedor de recursos
- 6.2. *Lean Management* nos processos de compras
 - 6.2.1. *Lean Buying*
 - 6.2.2. *Outsourcing* no SCM
 - 6.2.3. *Lean Supplying*
- 6.3. Projeto da estratégia de compras
 - 6.3.1. Terceirização
 - 6.3.2. Subcontratação de processos
 - 6.3.3. Globalização
 - 6.3.4. Deslocalização
- 6.4. *Outsourcing-Insourcing*
 - 6.4.1. Modelos e processos de aquisição
 - 6.4.2. Modelos de segmentação
 - 6.4.3. Papel do e-Procurement
- 6.5. Provisionamento estratégico
 - 6.5.1. Seleção de fornecedores e estratégia
 - 6.5.2. Geração de valor a partir do provisionamento estratégico
 - 6.5.3. Operadores logísticos no provisionamento
- 6.6. Projeto e gestão de armazém
 - 6.6.1. Projeto avançado de armazém
 - 6.6.2. *Picking e Sorting*
 - 6.6.3. Controle do fluxo de materiais
- 6.7. *Lean Warehouse*
 - 6.7.1. Fundamentos de *Lean Warehousing*
 - 6.7.2. Sistemas de administração de inventário
 - 6.7.3. Radiofrequência no projeto de armazéns
- 6.8. Gestão de transporte e distribuição
 - 6.8.1. Coordenação entre transporte e armazenamento
 - 6.8.2. Zonas de atividades logísticas (ZAL)

- 6.9. Logística interna
 - 6.9.1. Cálculo de necessidades
 - 6.9.2. Tipologia de armazéns em um sistema JIT
 - 6.9.3. Suprimentos Douki Seisan
 - 6.9.4. *Lean Materials Handling*

Módulo 7. *Supplier Relationship Management*

- 7.1. Planejamento da busca de fornecedores
 - 7.1.1. Processo de oferta e desenvolvimento de critérios
 - 7.1.2. Identificação de potenciais fornecedores
 - 7.1.3. Seleção de fornecedores
- 7.2. Critérios de seleção dos fornecedores
 - 7.2.1. Critérios econômicos
 - 7.2.2. Critérios de qualidade
 - 7.2.3. Outros critérios
- 7.3. Gestão do relacionamento com fornecedores
 - 7.3.1. Ética nas relações
 - 7.3.2. Planejamento da contratação
 - 7.3.3. Aquisição de serviços
- 7.4. Integração de fornecedores na cadeia de valor
 - 7.4.1. Fases do processo de integração
 - 7.4.2. Riscos e parâmetros de controle
 - 7.4.3. Acompanhamento
 - 7.4.4. Ruptura da integração
- 7.8. Gestão e administração de contratos
 - 7.8.1. Negociação e implementação
 - 7.8.2. Monitoramento e controle de resultados
 - 7.8.3. Encerramento do contrato

Módulo 8. Impacto socioambiental

- 8.1. Responsabilidade social corporativa
 - 8.1.1. Visão estratégica da Responsabilidade Social Corporativa
 - 8.1.2. Sistemas e modelos para a implementação da RSC
 - 8.1.3. Organização da RSC
 - 8.1.4. Funções e responsabilidades
- 8.2. SCM e *Corporate Responsibility*
 - 8.2.1. A criação de valor em uma economia de intangíveis
 - 8.2.2. RSC: compromisso empresarial
 - 8.2.3. Impacto social, ambiental e econômico
- 8.3. Finanças e investimentos responsáveis
 - 8.3.1. Transparência na informação
 - 8.3.2. Financiamento e investimentos responsáveis
 - 8.3.3. Economia social, cooperativismo e responsabilidade social corporativa
- 8.4. Empresa e meio ambiente
 - 8.4.1. Desenvolvimento sustentável
 - 8.4.3. Resposta empresarial às questões ambientais
 - 8.4.4. Resíduos e emissões
- 8.5. Sistemas e ferramentas de gestão responsável
 - 8.5.1. Sistemas de gestão de responsabilidade social
 - 8.5.2. Sistemas de gestão de qualidade, meio ambiente, saúde e segurança no trabalho
 - 8.5.3. Auditorias

Módulo 9. *Global Sourcing*

- 9.1. Ambiente econômico global
 - 9.1.1. Fundamentos da economia global
 - 9.1.2. Globalização da empresa e dos mercados financeiros
 - 9.1.3. *Growth and Development in Emerging Markets*
 - 9.1.4. Sistema monetário internacional
- 9.2. Adaptação de compras ao *Global Sourcing*
 - 9.2.1. Estrutura de compras
 - 9.2.2. Necessidade de novas habilidades
 - 9.2.3. Intermediários

- 9.3. Gestão das importações
 - 9.3.1. Alfândega, processos de exportação e importação
 - 9.3.2. Instituições e acordos de comércio internacional
 - 9.3.4. Administração da fábrica e compras internacionais
- 9.4. Distribuição logística internacional
 - 9.4.1. Plataformas logísticas internacionais
 - 9.4.2. Operador de transporte internacional
 - 9.4.3. *Hubs* e distribuição
- 9.5. Incoterms e gestão de documentos internacionais
 - 9.5.1. Exportação ou implantação
 - 9.5.2. Contrato de agência, distribuição e compra internacional
 - 9.5.3. Propriedade industrial e intelectual
 - 9.5.4. Classificação tarifária
- 9.6. Formas e meios de pagamento internacional
 - 9.6.1. A escolha dos meios de pagamento
 - 9.6.2. Crédito documentário
 - 9.6.3. Garantia bancária e crédito documentário
- 9.7. *Internacional Lean Logistics*
 - 9.7.1. Fundamentos Lean com aplicação em logística internacional
 - 9.7.2. Principais implicações e requisitos
 - 9.7.3. Outras metodologias de melhoria de processos

Módulo 10. *Performance* e auditoria

- 10.1. Aspectos gerais dos indicadores de gestão empresarial
 - 10.1.1. Funções dos indicadores de gestão
 - 10.1.2. Painel de Indicadores e *Balanced Scorecard*
 - 10.1.3. Indicadores logísticos
- 10.2. Indicadores de compras de materiais de partida
 - 10.2.1. Indicadores de eficiência
 - 10.2.2. Indicadores econômicos
 - 10.2.3. Indicadores de relação com clientes internos
 - 10.2.4. Indicadores de efetividade no provisionamento
 - 10.2.5. Indicadores de eficiência no provisionamento
 - 10.2.6. Objetivos de compras

- 10.3. Indicadores de compras de serviços
 - 10.3.1. Indicadores econômicos
 - 10.3.2. Indicadores de efetividade no aprovisionamento
 - 10.3.3. Indicadores de eficiência
 - 10.3.4. Indicadores de relação
 - 10.3.5. Indicadores de relação com nossos clientes internos
- 10.4. Outros indicadores
 - 10.4.1. Indicadores de desempenho
 - 10.4.2. Indicadores de produtividade da equipe de compras
- 10.5. Auditoria de compras
 - 10.5.2. Objetivos da auditoria
 - 10.5.3. Abrangência da auditoria sobre os controles de compras
 - 10.5.4. Auditorias internas, capacitação, políticas e procedimentos do contratante
- 10.6. *Benchmarking* na gestão de compras
 - 10.6.1. Tipos de *Benchmarking*
 - 10.6.2. Realizar um *Benchmark* no mercado
 - 10.6.3. Conquistas e vantagens da aplicação do *Benchmarking* em um departamento de compras
 - 10.6.4. A medição da avaliação comparativa



Esse Mestrado Próprio Semipresencial permitirá que você avance em sua carreira em uma capacitação flexível com conteúdo multimídia de alta qualidade"

07

Estágio

Após concluir a fase teórica deste programa acadêmico, os alunos passarão por um estágio prático, onde terão a oportunidade de observar e aplicar os principais conceitos adquiridos ao longo deste Mestrado Próprio Semipresencial. Dessa forma, durante este período, eles poderão lidar com situações reais no Departamento de Compras, obtendo uma aprendizagem intensiva e de grande utilidade para o seu progresso profissional no campo empresarial.



“

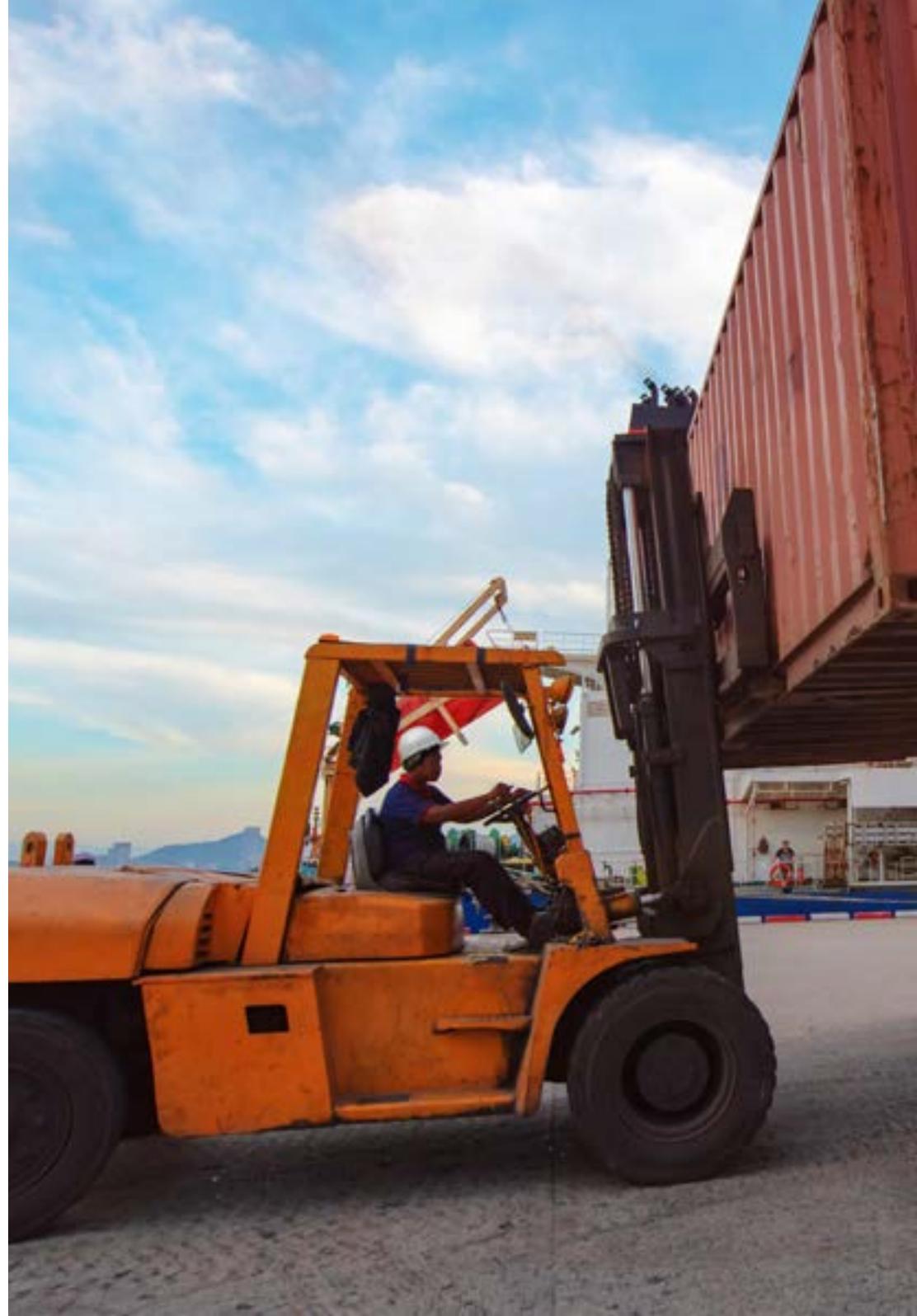
Faça seu estágio em uma das empresas líderes em seu setor, com uma excelente equipe de profissionais responsáveis pelo Departamento de Compras”

Os alunos que cursarem este Mestrado Próprio Semipresencial terão a oportunidade de realizar uma Capacitação Prática com duração de 3 semanas em uma empresa de referência com ampla experiência em seu setor. Assim, de segunda a sexta-feira, em jornadas de 8 horas consecutivas, o aluno terá a chance de se envolver em um ambiente empresarial real, onde poderá desenvolver suas habilidades em Gestão de Compras.

Durante esse período, eles serão orientados por profissionais altamente capacitados e com vasta experiência no departamento. Seu extenso conhecimento nesse campo será um grande suporte para os alunos que buscam progredir no cenário empresarial com os melhores especialistas.

Nessa etapa prática, os alunos poderão auxiliar nas atividades de seleção de fornecedores, elaboração de orçamentos, gestão de contratos ou colaborar no planejamento e gestão de um departamento de compras, fundamental para garantir cada operação de logística e abastecimento.

A parte prática será realizada com a participação ativa do aluno executando as atividades e os procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e a orientação dos professores e de outros colegas de estágio para favorecer o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática de gestão de compras (aprender a ser e a aprender a conviver).



Os procedimentos descritos abaixo constituirão a base da parte prática da capacitação, e sua implementação estará sujeita à disponibilidade e carga de trabalho do próprio centro, sendo as atividades propostas as seguintes:

Módulo	Atividade Prática
Management Core	Utilizar a tecnologia e os recursos disponíveis na empresa
	Identificar a necessidade de compra
	Gerar uma solicitação de compra com os produtos ou serviços necessários
	Estabelecer uma solicitação de orçamento e revisar as propostas recebidas
	Verificar a entrega dos produtos ou serviços para garantir que esteja completa e atenda aos requisitos especificados
	Gerenciar os contratos de cada fornecedor
Gestão e estratégia de compras	Selecionar a melhor oferta com base em critérios específicos, como preço, disponibilidade e qualidade
	Realizar um pedido de compra que, uma vez aceito pelo fornecedor, se torna um acordo contratual que inclui os termos e condições mais importantes
	Verificar a documentação recebida e gerada a partir dessa atividade
	Apoiar na gestão e planejamento do estoque da empresa
	Propor alternativas para resolver possíveis casuísticas de um caso
Expansão internacional, RSC e auditoria	Realizar a verificação da conformidade com os requisitos dos fornecedores da Cadeia de Suprimentos
	Apoiar na busca e seleção de fornecedores competitivos
	Colaborar no planejamento e gestão do departamento de compras de acordo com um orçamento
	Elaborar uma estratégia para otimizar recursos e economizar custos para a empresa, evitando erros futuros
	Analisar os preços concedidos pelo fornecedor por meio de um estudo de mercado

Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de capacitação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo, está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para isso, esta entidade educacional se compromete a fazer um seguro de responsabilidade civil que cubra qualquer eventualidade que possa surgir durante o período de estágio no centro onde se realiza a capacitação prática.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início da capacitação prática. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa prático no centro.



Condições da Capacitação Prática

As condições gerais do contrato de estágio para o programa são as seguintes:

1. ORIENTAÇÃO: durante o Mestrado Próprio Semipresencial o aluno contará com dois orientadores que irão acompanhá-lo durante todo o processo, esclarecendo as dúvidas e respondendo perguntas que possam surgir. Por um lado, contará com um orientador profissional, pertencente ao centro onde é realizado o estágio, que terá o objetivo de orientar e dar suporte ao aluno a todo momento. E por outro, contará com um orientador acadêmico cuja missão será coordenar e ajudar o aluno durante todo o processo, esclarecendo dúvidas e viabilizando o que for necessário. Assim, o aluno estará sempre acompanhado e poderá resolver as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática quanto acadêmica.

2. DURAÇÃO: o programa de estágio terá uma duração de três semanas contínuas de capacitação prática, distribuídas em jornadas de 8 horas, cinco dias por semana. Os dias e horários do programa serão de responsabilidade do centro e o profissional será informado com antecedência suficiente para que possa se organizar.

3. NÃO COMPARECIMENTO: em caso de não comparecimento no dia de início do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno perderá o direito de realizá-lo sem que haja a possibilidade de reembolso ou mudança das datas estabelecidas. A ausência por mais de dois dias sem causa justificada/médica resultará na renúncia ao estágio e, conseqüentemente, em seu cancelamento automático. Qualquer problema que possa surgir durante a realização do estágio, deverá ser devidamente comunicado ao orientador acadêmico com caráter de urgência.

4. CERTIFICAÇÃO: ao passar nas provas do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno receberá um certificado que comprovará o período de estágio no centro em questão.

5. RELAÇÃO DE EMPREGO: o Mestrado Próprio Semipresencial não constitui relação de emprego de nenhum tipo.

6. ESTUDOS PRÉVIOS: alguns centros podem exigir um certificado de estudos prévios para a realização do Mestrado Próprio Semipresencial. Nesses casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágio da TECH para que seja confirmada a atribuição do centro escolhido.

7. NÃO INCLUÍDO: o Mestrado Próprio Semipresencial não incluirá nenhum elemento não descrito nas presentes condições. Portanto, não inclui acomodação, transporte para a cidade onde o estágio será realizado, vistos ou qualquer outro serviço não mencionado anteriormente.

Entretanto, em caso de dúvidas ou recomendações a respeito, o aluno poderá consultar seu orientador acadêmico. Este lhe proporcionará as informações necessárias para facilitar os procedimentos.

08

Onde posso realizar o Estágio?

O itinerário desse Mestrado Próprio Semipresencial inclui um estágio prático em uma empresa de prestígio em seu setor e com amplo conhecimento empresarial. Nesse cenário, os alunos poderão aplicar diretamente os conceitos adquiridos por meio do programa de estudos fornecido. Para isso, contará também com o apoio de profissionais com ampla experiência no Departamento de Compras dessa instituição.



“

Você começará uma experiência prática em um ambiente de negócios 100% real, junto aos profissionais especializados na área de Compras”



Os alunos poderão realizar a parte prática deste Mestrado Próprio Semipresencial nos seguintes centros:



Escola de Negócios

Eurostars Grand Marina

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Mall de Barcelona, S/N, Ciutat Vella, 08039 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Eurostars Monumental

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: C/ del Consell de Cent, 498, 500, Eixample, 08013 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Exe Cristal Palace

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: C de la Diputació, 257, L'Eixample, 08007 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Exe Laietana Palace

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Via Laietana, 17, Ciutat Vella, 08003 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Exe Mitre

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Carrer de Bertran, 9, 15, Distrito de Sarriá-Sant Gervasi, 08023 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Exe Plaza Catalunya

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Ronda de la Univ., 18, L'Eixample, 08007 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Exe Ramblas Boquería

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Rambla de Sant Josep, 91, 93, Ciutat Vella, 08002 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Ikonik Anglí

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Carrer d'Anglí, 60, Distrito de Sarriá-Sant Gervasi, 08017 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Ikonik Ramblas

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: La Rambla, 22, 24, Ciutat Vella, 08002 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Eurostars Executive

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Carrer de Marie Curie, 2, 08210 Barberá del Vallés, Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Exe Barberá Parc

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Sector Baricentro, 150, km 6,7, 08210 Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Exe Campus

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Villa Universitaria Campus de la UAB, 08193 Cerdanyola del Vallés, Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras



Escola de Negócios

Exe Parc del Vallés

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Carrer dels Artesans, 8, 08290 Cerdanyola del Vallés, Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.



Escola de Negócios

Ikonik Lex

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Carrer de Buenos Aires, 49, 51, 08902 L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.



Escola de Negócios

Exe Barcelona Gate

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Carrer Maria Tarrida, 6, 08970 Sant Joan Despí, Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.



Escola de Negócios

Eurostars Sitges

País: Espanha
Cidade: Barcelona

Endereço: Av. Camí de Miralpeix, 12, 08870 Sitges, Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.



Escola de Negócios

Eurostars Don Candido

País	Cidade
Espanha	Barcelona

Endereço: Rambleta del Pare Alegre, 98, 08224
Terrassa, Barcelona

É a principal rede hoteleira espanhola em termos de número de hotéis e a oitava maior da Europa, com 250 hotéis em 18 países.

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Vendas e Marketing
- MBA em Gestão de Compras





Escola de Negócios

Gaming Partners

País	Cidade
México	Cidade do México

Endereço: Poniente 75 Col. 16 de septiembre
Alcaldía Miguel Hidalgo

Empresa especializada em marketing de jogos
e desenvolvimento de videogames

Capacitações práticas relacionadas:

- Gestão de Pessoas
- Gestão Comercial e Vendas



Escola de Negócios

Grupo Línea 7

País	Cidade
México	Cidade do México

Endereço: Avenida Tláhuac número interior C
número exterior 1021 Col. Lomas Estrella 1A
sección Iztapalapa C.P. 09880 cdmx

Empresa focada na fabricação e distribuição de
bicicletas em todo o país

Capacitações práticas relacionadas:

- Gestão de pessoas
- Economia e Estatística Aplicada aos Negócios

09

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

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

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

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

“

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



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



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

Um método de aprendizagem inovador e diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



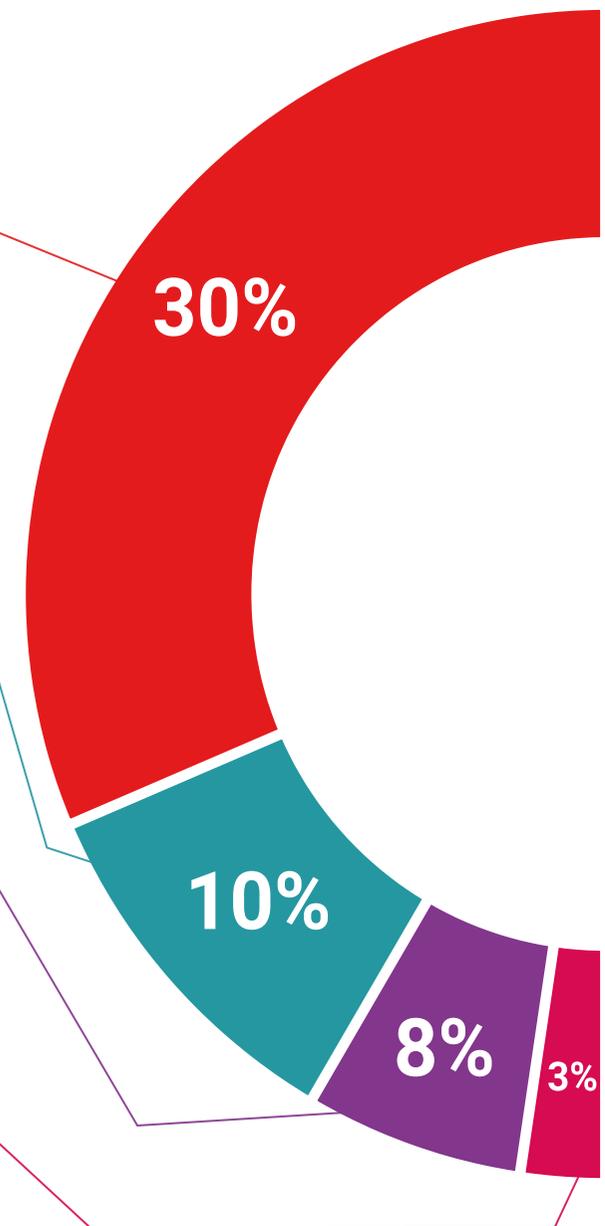
Práticas de aptidões e competências

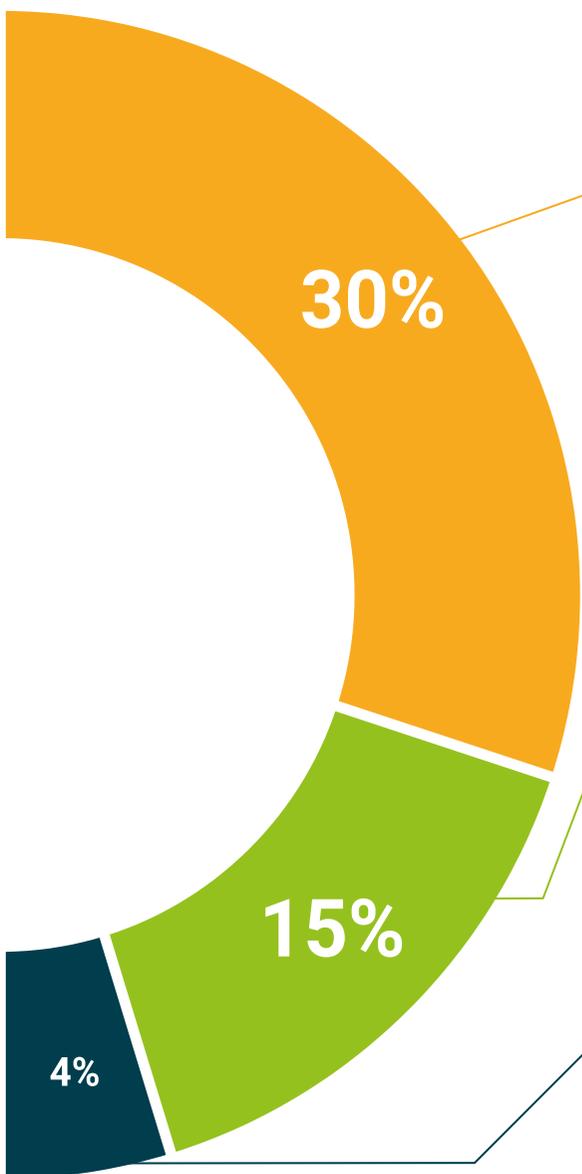
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

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





Case studies

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



10 Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Compras garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Compras** 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 **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

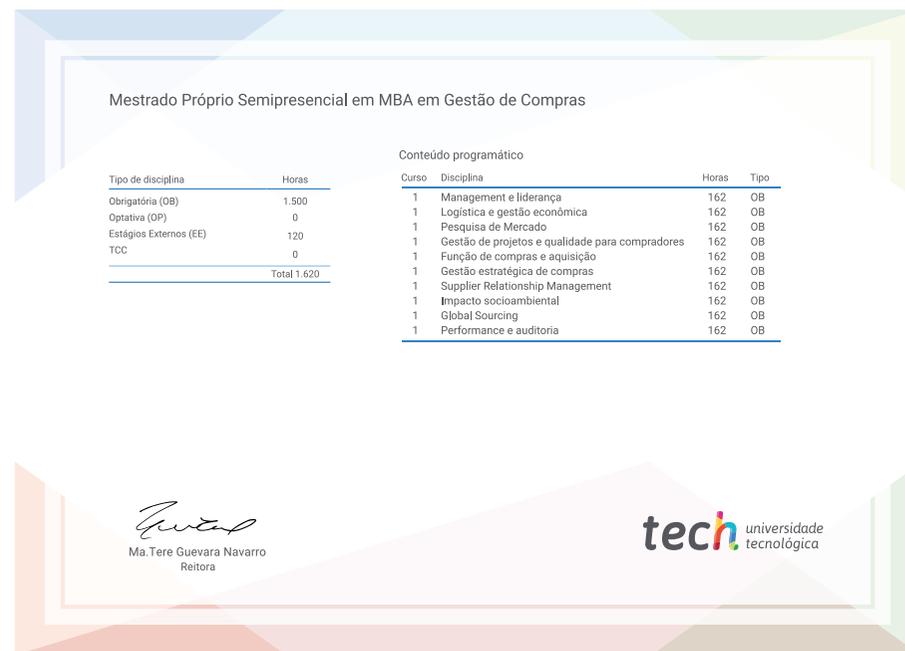
O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA em Gestão de Compras**

Modalidade: **Semipresencial (Online + Estágio)**

Duração: **7 meses**

Acreditação: **60 + 5 ECTS**



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

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio Semipresencial MBA em Gestão de Compras

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 7 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acreditação: 60 + 5 ECTS

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA em Gestão de Compras

