

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA Gestão Comercial e Vendas





Mestrado Próprio Semipresencial

MBA Gestão Comercial e Vendas

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: www.techtute.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-mba-gestao-comercial-vendas

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Por que fazer este Mestrado
Próprio Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 16

05

Direção do curso

pág. 20

06

Conteúdo programático

pág. 24

07

Estágio

pág. 34

08

Onde posso realizar o
Estágio?

pág. 40

09

Metodologia

pág. 46

10

Certificado

pág. 54

01

Apresentação

A globalização gerou uma grande transformação no mundo dos negócios. Dessa forma, as novas tecnologias favoreceram o crescimento de alguns setores, enquanto outros precisaram se adaptar rapidamente à digitalização. Nesse cenário, a competitividade existente continua alta, fazendo com que os gerentes responsáveis pela área comercial e de vendas precisem acompanhar a evolução do seu setor, além das diferentes estratégias utilizadas com sucesso atualmente. Por esse motivo, a TECH elaborou esse curso que oferece uma formação teórica 100% online e flexível, acompanhada de um estágio prático de 3 semanas em uma empresa de grande experiência na realização de planejamentos comerciais digitais e offline. Tudo isso, sempre acompanhado pelos melhores especialistas, para que o profissional possa evoluir em sua área de trabalho.





“

As empresas buscam gerentes com uma grande variedade de especializações e, por esse motivo, na TECH você encontrará um programa feito sob medida para você e compatível com seus interesses. Faça sua matrícula agora"

Devido ao desenvolvimento de novas tecnologias, o comércio sofreu mudanças inéditas. Além disso, os avanços nas comunicações proporcionaram às empresas novas ferramentas para controlar e analisar produtos em um novo cenário voltado para as vendas online.

Por todas essas razões, o setor tem buscado profissionais capazes de gerenciar departamentos comerciais e de vendas a partir de uma perspectiva integrada e com uma visão global. Em função disso, a TECH elaborou este Mestrado Próprio Semipresencial em MBA Gestão Comercial e Vendas com o objetivo de desenvolver uma abordagem estratégica e global da empresa, com foco na gestão empresarial para assumir novas responsabilidades em um cenário em constante mudança.

Para isso, o profissional contará com um plano de estudos avançado 100% online, que poderá ser acessado a qualquer momento e de qualquer dispositivo eletrônico com conexão à Internet. Dessa forma, ele poderá aprender mais sobre habilidades de liderança em um ambiente em constante transformação, as principais inovações em logística e gestão econômica, ou a integração de canais digitais na estratégia comercial.

Uma vez concluída a fase teórica, o profissional participará de um estágio prático de 3 semanas, no qual poderá observar *de perto* as principais estratégias comerciais desenvolvidas por empresas especializadas com grande experiência no setor empresarial. Dessa forma, e com o acompanhamento de um profissional durante esse período, o aluno poderá atingir seus objetivos de progresso em um ambiente de excelência.

A TECH oferece, dessa forma, uma excelente oportunidade para avançar na carreira na área de MBA Gestão Comercial e Vendas, através de um curso compatível às necessidades reais dos profissionais dessa área.

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

- ♦ O desenvolvimento de mais de 100 estudos de caso apresentados por especialistas em gestão comercial e vendas
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações específicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Planos abrangentes para ação sistematizada no campo de negócios
- ♦ Sistema interativo de aprendizagem baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre situações apresentadas
- ♦ Diretrizes práticas para o uso das principais ferramentas aplicadas à gestão comercial
- ♦ Sua ênfase especial nas metodologias mais inovadoras para o uso das técnicas de liderança empresarial
- ♦ Lições 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, seja fixo ou móvel, com conexão à Internet
- ♦ A possibilidade de fazer um estágio em empresas líderes do setor

“*Matricule-se agora neste Mestrado Próprio Semipresencial e cresça profissionalmente em direção a um cargo de gerência*”

“

Este Mestrado Próprio Semipresencial apresentará as ferramentas e as habilidades necessárias para que você se desenvolva no complexo ambiente da produção global e da logística comercial. Atualize-se com grandes profissionais da área"

Nesta proposta de Mestrado Próprio, de caráter profissionalizante e modalidade semipresencial, o programa é voltado para a atualização de profissionais de negócios que exercem suas funções em empresas comerciais e que exigem uma qualificação de nível elevado. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências científicas e são orientados de forma didática para integrar o conhecimento teórico à prática comercial e de vendas, e os elementos teórico-práticos irão facilitar a atualização do conhecimento e permitir a tomada de decisões na definição de estratégias comerciais.

O conteúdo multimídia elaborado com a tecnologia educacional mais avançada permitirá que o profissional da área comercial aprenda de forma situada e contextual, ou seja, 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.

Aprenda com os melhores profissionais. Faça este Mestrado Próprio Semipresencial e aumente suas oportunidades profissionais no setor Comercial e de Vendas.

Este Mestrado Próprio Semipresencial oferece a você a possibilidade de se especializar em MBA Gestão Comercial e Vendas e de conhecer os avanços digitais mais atuais na área.



02

Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Nos últimos anos, a globalização permitiu que a logística comercial se tornasse muito mais complexa, embora aparentemente muito mais simples para as compras online pelos consumidores: uma transformação que envolve conhecimentos avançados de liderança, funcionamento do mercado e organização comercial. Por esse motivo, a TECH oferece com este programa uma abordagem atualizada, que se diferencia das demais propostas acadêmicas ao atender às necessidades reais dos profissionais da área. É por isso que o programa oferece um plano de estudos avançado, associado a um estágio intensivo de 3 semanas em uma empresa líder do setor comercial. Um programa acadêmico teórico-prático, no qual o aluno estará sempre orientado por excelentes profissionais especializados no setor Comercial e de Vendas.





“

A TECH é a única universidade que oferece a você a chance de ingressar em empresas que desenvolvem as mais poderosas estratégias comerciais através da tecnologia mais avançada"

1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

O mundo digital revolucionou o comércio ao longo das últimas décadas: uma transformação que impõe aos profissionais da área de MBA Gestão Comercial e Vendas de Marketing a necessidade de se manterem atualizados e com um domínio absoluto das principais ferramentas utilizadas. Com esse objetivo, a TECH elaborou este programa acadêmico, que proporciona aos profissionais a oportunidade de se manterem atualizados sobre os mais recentes avanços tecnológicos no setor comercial e nas estratégias de Marketing.

2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas

Um dos aspectos mais importantes desse Mestrado Próprio Semipresencial é a excelente equipe de profissionais que ministram o curso. Assim, desde o início, o profissional terá à sua disposição um corpo docente especializado no setor Comercial e de Vendas. Além disso, durante o estágio em uma empresa líder, o aluno poderá aplicar os conceitos abordados no programa, em um ambiente comercial especializado e acompanhado pelos melhores especialistas.

3. Ter acesso a ambientes de ponta

Uma característica decisiva para o profissional que realiza esse curso é a integração das suas habilidades em um ambiente de negócios de excelência. Isso possibilitará que ele impulse sua carreira, devido à seleção criteriosa realizada pela TECH de todos os centros disponíveis para o estágio prático. Dessa forma, será possível aplicar os métodos e procedimentos de trabalho mais inovadores e avançados na sua rotina profissional.





4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

Atualmente, a TECH está totalmente comprometida em atender às demandas genuínas dos profissionais que buscam conciliar suas responsabilidades profissionais e pessoais com uma especialização acadêmica de qualidade. Por isso, o programa foi elaborado, associando perfeitamente a teoria de forma online e flexível com o estágio presencial e 100% prático em uma empresa conceituada.

5. Ampliar as fronteiras do conhecimento

Com esse programa, a TECH apresenta uma abordagem global e abrangente para os profissionais que fazem esse Mestrado Próprio Semipresencial. O foco do curso é proporcionar as informações mais valiosas e atualizadas na área de comércio, para alavancar as carreiras na área de MBA Gestão Comercial e Vendas. Uma oportunidade que somente a maior universidade digital do mundo pode oferecer.



Você realizará uma imersão prática completa no centro de sua escolha"

03 Objetivos

O programa semipresencial desta capacitação proporciona aos futuros gerentes a oportunidade de desenvolver diversas competências essenciais para liderar o departamento comercial e de vendas de uma empresa. Portanto, eles precisarão conhecer os aspectos relacionados às transações comerciais para se destacarem em um setor competitivo. Dessa forma, será possível adotar o perfil de *Chefe de Vendas*, um dos cargos mais requisitados na área.





“

Ter experiência internacional, compromisso ético e perspicácia comercial são algumas das características mais procuradas pelos diretores na era digital”



Objetivo geral

- ♦ Este programa foi elaborado para fortalecer as habilidades de gestão e liderança, além de estimular o desenvolvimento de novas competências e habilidades que são essenciais na área profissional. Isso permite ao aluno tomar decisões de caráter abrangente com uma perspectiva inovadora e uma visão internacional.



Desenvolva as habilidades indispensáveis para gerenciar estrategicamente a atividade comercial das organizações empresariais mais importantes do mundo”





Objetivos específicos

- ♦ Definir as últimas tendências e desenvolvimentos em Gestão de Negócios
- ♦ Desenvolver, liderar e executar estratégias de vendas mais efetivas e focadas no cliente, oferecendo propostas de valor personalizadas
- ♦ Desenvolver estratégias que permitam tomar decisões em um ambiente complexo e instável, avaliando seu impacto na empresa
- ♦ Desenvolver estratégias para liderar organizações e equipes de vendas em momentos de transformação
- ♦ Estabelecer os programas mais adequados para selecionar, capacitar, incentivar, monitorar e desenvolver a força de vendas
- ♦ Desenvolver a capacidade de Detectar, Analisar e Resolver Problemas.
- ♦ Expor para a empresa em uma perspectiva global, assim como a responsabilidade e o novo papel dos gestores comerciais
- ♦ Desenvolver as competências fundamentais para conduzir estrategicamente a atividade comercial da organização
- ♦ Planejar estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão e a eficiência comercial
- ♦ Formular e implementar políticas comerciais como estratégias de crescimento que adaptem a empresa às mudanças no cenário nacional e internacional
- ♦ Adquirir habilidades de liderança que permitam gerir com sucesso Equipes de Comerciais e Vendas
- ♦ Conhecer todo o processo da cadeia logística e operacional da empresa
- ♦ Ser capaz de organizar e gerenciar equipes de vendas
- ♦ Realizar estratégias comerciais e de Marketing em âmbito internacional
- ♦ Integrar as diferentes ferramentas digitais na estratégia comercial
- ♦ Realizar pesquisas de mercado para entender a concorrência e desenvolver estratégias diferenciadas



Matricule-se agora e cresça na sua área de trabalho através de um programa completo que lhe permitirá colocar em prática tudo o que aprendeu"

04

Competências

Após a aprovação nas avaliações do Mestrado Próprio Semipresencial em MBA Gestão Comercial e Vendas, o profissional terá desenvolvido as habilidades necessárias para uma atuação de qualidade e atualizada com base na mais inovadora metodologia de ensino. Isso permitirá ao profissional o acesso ao mercado de trabalho com segurança ou a conclusão do projeto de negócios idealizados.



“

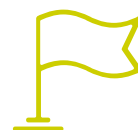
Na TECH você poderá adquirir as habilidades necessárias para crescer profissionalmente em Gestão Comercial”



Competências gerais

- ♦ Aplicar competências específicas de liderança na Gestão Comercial e de Vendas
- ♦ Gestionar adequadamente as equipes multiculturais
- ♦ Analisar a rentabilidade dos projetos de investimento e a criação de valor
- ♦ Analisar o impacto financeiro das decisões tomadas por parte da alta administração
- ♦ Aplicar métodos e técnicas de pesquisa quantitativa e qualitativa
- ♦ Ter um conhecimento profundo das técnicas de Marketing
- ♦ Realizar uma correta organização comercial e estratégia de vendas
- ♦ Controlar a atividade comercial da empresa
- ♦ Realizar auditorias comerciais
- ♦ Implementar técnicas de coaching nas ações de venda





Competências específicas

- ♦ Desenvolver as habilidades de liderança necessárias para gerenciar adequadamente equipes multiculturais
- ♦ Analisar a rentabilidade dos projetos de investimento e a criação de valor
- ♦ Analisar o impacto financeiro das decisões tomadas por parte da alta administração
- ♦ Aplicar métodos e técnicas de pesquisa quantitativa e qualitativa
- ♦ Obter um conhecimento aprofundado das técnicas de marketing
- ♦ Aplicar técnicas de marketing direcionadas a um mercado internacional
- ♦ Realizar uma correta organização comercial e estratégia de vendas
- ♦ Controlar a atividade comercial da empresa
- ♦ Realizar auditorias comerciais
- ♦ Implementar técnicas de *coaching* nas ações de venda
- ♦ Realizar o planejamento completo de uma campanha de vendas



Aprimore suas competências comerciais e planeje sua próxima campanha de vendas de forma precisa, com a TECH"

05

Direção do curso

Este programa acadêmico conta com o corpo docente mais especializado do mercado educacional atual. São especialistas selecionados pela TECH para desenvolver todo o conteúdo. Dessa forma, com base em sua própria experiência e nas mais recentes evidências, eles elaboraram o plano de estudos mais atualizado que oferece garantia de qualidade em um assunto tão relevante.



“

A TECH lhe oferece o corpo docente mais especializado na área de estudo. Matricule-se agora e desfrute da qualidade que você merece”

Diretor Internacional Convidado

Glen Lally é um destacado executivo transformacional com uma carreira consolidada no Vale do Silício onde tem assessorado gigantes tecnológicos como Amazon, Cisco, Google, SAP e LinkedIn Especializado em análise de desempenho, liderança transformacional e digitalização tem se dedicado a potencializar a capacidade de grandes organizações para se adaptarem e se destacarem em um ambiente empresarial em constante mudança Além disso, sua experiência abrange a habilitação de vendas, o modelamento de competências e a consultoria de desempenho o que lhe permitiu guiar as empresas rumo à inovação e ao sucesso

Ao longo de sua carreira, acumulou uma vasta experiência em mais de 20 países desempenhando áreas chave como liderança, desenvolvimento de talento, coaching, transformação organizacional e digital Também atuou como Diretor Geral de Habilitação de Vendas na AWS o que lhe deu a oportunidade de liderar diferentes técnicas para mais de 40.000 profissionais em serviços e tecnologias em nuvem

Igualmente, tem sido reconhecido internacionalmente por sua habilidade em impulsionar o sucesso empresarial por meio de soluções de transformação digital De fato, seu foco em liderar mudanças organizacionais e sua capacidade de se adaptar a diferentes culturas empresariais têm sido fundamentais para se destacar no cenário global Seu trabalho tem sido essencial na adaptação das empresas às novas exigências do mercado

Dessa forma, em sua trajetória profissional, Glen Lally contribuiu para numerosas pesquisas sobre liderança transformacional, habilitação de vendas e transformação digital Sua experiência e conhecimento têm se refletido em seu enfoque prático, assim como nas soluções efetivas que implementou para organizações de primeiro nível especialmente no campo do desenvolvimento do talento marcando uma diferença significativa na forma como as empresas abordam seus desafios e oportunidades.



D. Lally Glen

- Diretor Geral de Habilitação de Vendas na AWS, Seattle, Estados Unidos
- Membro do Conselho de Administração da Brighter Children
- Consultor da Equipe Executiva na SalesDirector.ai
- Vice-presidente Global - Habilitação de Vendas na Cisco
- Mestre em Ciências da Computação
- Programa Executivo em Liderança: O Uso Eficaz do Poder

“

*Aproveite a oportunidade para
conhecer os últimos avanços
nesta área e aplicá-los
à sua prática diária”*

06

Conteúdo programático

O programa elaborado para o Mestrado Próprio Semipresencial em MBA Gestão Comercial e Vendas inclui todos os aspectos que as grandes empresas começaram a exigir em seus cargos de gerência. Por esse motivo, todo o conteúdo foi preparado para favorecer o desenvolvimento de habilidades de gestão que permitam tomadas de decisão mais criteriosas em contextos adversos. Além disso, o programa prepara os alunos para enfrentar novos desafios profissionais e pessoais.



“

*Desenvolva as habilidades necessárias
para o sucesso profissional e avance na
carreira em um curto espaço de tempo"*

Módulo 1. Gestão e Liderança

- 1.1. 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 do Investimento
- 1.4. Estratégia Corporativa
 - 1.4.1. Conduzindo a Estratégia Corporativa
 - 1.4.2. Pacing Corporate Strategy
 - 1.4.3. Conduzindo a Estratégia Corporativa
- 1.5. Planejamento e Estratégia
 - 1.5.1. Relevância da Direção Estratégica no Processo de Controle de Gestão
 - 1.5.2. Análise do Entorno e 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. Capacidades e habilidades do líder 2.0
 - 1.7.5. 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

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 comparativo
 - 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 Árvore de Decisão
- 2.4. Direção de Logística de Compras
 - 2.4.1. Gestão de Estoque
 - 2.4.2. Gestão de Armazém
 - 2.4.3. Gestão de Compras e Suprimentos

- 2.5. Supply Chain Management
 - 2.5.1. Custos e eficiência da cadeia de operações
 - 2.5.2. Mudança nos padrões da demanda
 - 2.5.3. Mudança na estratégia das operações
- 2.6. Processos logísticos
 - 2.6.1. instituição e gestão por processos
 - 2.6.2. Suprimentos, produção, distribuição
 - 2.6.3. Qualidade, custos de qualidade e ferramentas
 - 2.6.4. Serviço de pós-venda
- 2.7. Logística e clientes
 - 2.7.1. Análise e previsão de demanda
 - 2.7.2. Previsão e planejamento de vendas
 - 2.7.3. Planejamento Colaborativo Previsão e Substituição
- 2.8. Logística internacional
 - 2.8.1. Alfândega, processos de exportação e importação
 - 2.8.2. Formas e meios de pagamento internacional
 - 2.8.3. Plataformas logísticas internacionais

Módulo 3. Gestão Comercial

- 3.1. Negociações Comerciais
 - 3.1.1. Inteligência emocional na negociação e na venda
 - 3.1.2. Automotivação e Empatia
 - 3.1.3. Desenvolvimento de Habilidades de Negociação
- 3.2. Fundamentos da Gestão Comercial
 - 3.2.1. Análise interna e externa. FOFA
 - 3.2.2. Análise Setorial e Competitiva
 - 3.2.3. Modelo CANVAS
- 3.3. Tomada de Decisão em Gestão de Negócios
 - 3.3.1. Estratégia Comercial e Estratégia Competitiva
 - 3.3.2. Modelos de Tomada de Decisão
 - 3.3.3. Análise e ferramentas de tomada de decisão

- 3.4. Direção e Gestão da Rede de Vendas
 - 3.4.1. Planejamento de Campanhas de Vendas
 - 3.4.2. Redes a Serviço da Atividade Comercial
 - 3.4.3. Políticas de seleção e capacitação de vendedores
 - 3.4.4. Gestão de vendas
- 3.5. Implementação da Função Comercial
 - 3.5.1. Contrato Comercial
 - 3.5.2. Controle da Atividade Comercial
 - 3.5.3. O Código de Ética do Agente Comercial
- 3.6. Gestão Financeira e Orçamentária
 - 3.6.1. Balanced Scorecard
 - 3.6.2. Controle do plano anual de vendas
 - 3.6.3. Impacto financeiro das Decisão estratégicas

Módulo 4. Pesquisa de mercado

- 4.1. Novo Entorno Competitivo
 - 4.1.1. Inovação tecnológica e impacto econômico
 - 4.1.2. Sociedade do Conhecimento
 - 4.1.3. O novo perfil do consumidor
- 4.2. Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa
 - 4.2.1. Variáveis e Escalas de Medição
 - 4.2.2. Fontes de informação
 - 4.2.3. Técnicas de amostragem
 - 4.2.4. Processamento e Análise de Dados
- 4.3. Métodos e Técnicas de Pesquisa qualitativas
 - 4.3.1. Técnicas diretas: Focus Group
 - 4.3.2. Técnicas Antropológicas
 - 4.3.3. Técnicas Indiretas
 - 4.3.4. Two Face Mirror e Método Delphi

- 4.4. Pesquisa de mercado online
 - 4.4.1. Ferramentas de pesquisa quantitativa em mercados online
 - 4.4.2. Ferramentas de pesquisa qualitativa dinâmica do cliente
 - 4.4.3. Análise e interpretação dos dados obtidos
- 4.5. Segmentação de Mercado
 - 4.5.1. Tipologias de Mercado
 - 4.5.2. Conceito e Análise da Demanda
 - 4.5.3. Segmentação e Critérios
 - 4.5.4. Definição Público-Alvo
- 4.6. Tipos de Comportamento de Compra
 - 4.6.1. Comportamento Complexo
 - 4.6.2. Comportamento de Redução de Dissonâncias
 - 4.6.3. Comportamento de Busca Variada
 - 4.6.4. Comportamento Habitual de Compra
- 4.7. Sistemas de informação em Gestão Comercial
 - 4.7.1. Abordagens Conceituais para o Sistema de Informação de Gestão Empresarial
 - 4.7.2. Data Warehouse e Data mining
 - 4.7.3. Sistemas de Informação Geográfica
- 4.8. Gestão de Projetos de Pesquisa
 - 4.8.1. Ferramentas de Análise da Informação
 - 4.8.2. Desenvolvimento do Plano de Gestão de Expectativas
 - 4.8.3. Avaliação de Viabilidade do Projeto
- 4.9. Marketing intelligence aplicada à Gestão Comercial
 - 4.9.1. Big Data
 - 4.9.2. Experiência do usuário
 - 4.9.3. Aplicação de técnicas
- 4.10. Agências, mídia e canais online
 - 4.10.1. Agências integradas, criativas e online
 - 4.10.2. Mídias tradicionais e novos meios
 - 4.10.3. Canais online
 - 4.10.4. Outros players digitais



Módulo 5. Planejamento de Campanhas de Vendas

- 5.1. Análise da carteira de clientes
 - 5.1.1. Planejamento de clientes
 - 5.1.2. Classificação de clientes
- 5.2. Segmentação comercial
 - 5.2.1. Análise dos canais de distribuição, áreas de vendas e produtos
 - 5.2.2. Preparação de áreas comerciais
 - 5.2.3. Implementação do Plano de Visitas
- 5.3. Seleção de Clientes-alvo (CRM)
 - 5.3.1. Projetando um e-CRM
 - 5.3.2. Implicações e limitações da LGPD
 - 5.3.3. Orientação ao consumidor
 - 5.3.4. O Planejamento 1
- 5.4. Gerenciamento de **Key Accounts**
 - 5.4.1. Identificação de **Key Accounts**
 - 5.4.2. Benefícios e riscos do Key Account Manager
 - 5.4.3. Vendas & key Account Management
 - 5.4.4. Fases da Ação Estratégica KAM
- 5.5. Previsão de vendas
 - 5.5.1. Previsão de Negócios e Previsão de Vendas
 - 5.5.2. Métodos de Previsão de Vendas
 - 5.5.3. Aplicações práticas da previsão de vendas
- 5.6. Definição de metas de vendas
 - 5.6.1. Consistência de objetivos comerciais, comerciais e de vendas
 - 5.6.2. Programação de objetivos e orçamentos detalhados
 - 5.6.3. Distribuição de objetivos por unidades de negócios
 - 5.6.4. Metas de vendas e participação

- 5.7. Cota de vendas e sua definição
 - 5.7.1. Cotas de atividade
 - 5.7.2. Cotas de volume e rentabilidade
 - 5.7.3. Cotas de participação
 - 5.7.4. Cotas econômicas e financeiras
 - 5.7.5. Sazonalidade e as cotas
- 5.8. Plano de Contingência
 - 5.8.1. Sistemas de informação e controle das vendas
 - 5.8.2. Paineis de controle
 - 5.8.3. Medidas corretivas e planos de contingência

Módulo 6. Organização Comercial e da Equipe de Vendas

- 6.1. Organização Comercial
 - 6.1.1. Introdução à Organização Comercial
 - 6.1.2. Estruturas comerciais mais típicas
 - 6.1.3. Organização das delegações
 - 6.1.4. Desenvolvimento de Modelos Organizacionais Empresariais
- 6.2. Organização da Rede de Vendas
 - 6.2.1. Organograma do departamento
 - 6.2.2. Projeto da Rede de Vendas
 - 6.2.3. Realidade Multicanal
- 6.3. Análise do Mercado Interno
 - 6.3.1. Definição de cadeia de serviços
 - 6.3.2. Análise da Qualidade do Serviço
 - 6.3.3. Benchmarking de produto
 - 6.3.4. Fatores-chave do sucesso comercial
- 6.4. Estratégia de Vendas
 - 6.4.1. Métodos de Vendas
 - 6.4.2. Estratégias de Recrutamento
 - 6.4.3. Estratégias de serviços
- 6.5. Go-to-market strategy
 - 6.5.1. Gestão de Canais
 - 6.5.2. Vantagem Competitiva
 - 6.5.3. Força de Vendas

- 6.6. Controle da Atividade Comercial
 - 6.6.1. Principais Relações e Métodos de Controle
 - 6.6.2. Ferramentas de Monitoramento
 - 6.6.3. Metodologia do Balanced Scorecard
- 6.7. Organização do Serviço Pós-Venda
 - 6.7.1. Ações pós-venda
 - 6.7.2. Relacionamento com o cliente
 - 6.7.3. Autoanálise e melhoria
- 6.8. Auditoria comercial
 - 6.8.1. Possíveis linhas de intervenção
 - 6.8.2. Auditoria Comercial Expressa
 - 6.8.3. Avaliação estratégica de equipe
 - 6.8.4. Avaliação da política de Marketing

Módulo 7. Seleção, formação e coaching da rede de vendas

- 7.1. Gestão do Capital Humano
 - 7.1.1. Capital intelectual O ativo intangível do conhecimento
 - 7.1.2. Aquisição de talentos
 - 7.1.3. Prevenção da perda de recursos humanos
- 7.2. Seleção da Equipe de Vendas
 - 7.2.1. Ações de recrutamento
 - 7.2.2. Perfis de fornecedores
 - 7.2.3. Entrevista
 - 7.2.4. Plano de Recepção
- 7.3. Capacitação de vendedores de alto nível
 - 7.3.1. Plano de Capacitação
 - 7.3.2. Características e atividades do vendedor
 - 7.3.3. Capacitação e gestão de equipes de alto desempenho
- 7.4. Gestão de capacitação
 - 7.4.1. Teorias de aprendizagem
 - 7.4.2. Identificação e retenção de talentos
 - 7.4.3. Gamificação e gestão de talentos
 - 7.4.4. Capacitação e obsolescência profissional

- 7.5. Coaching Pessoal e Inteligência Emocional
 - 7.5.1. Inteligência Emocional aplicada à Técnica de Vendas
 - 7.5.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
 - 7.5.3. Autoestima e Linguagem Emocional
 - 7.5.4. Inteligência múltipla
- 7.6. Motivação
 - 7.6.1. A natureza da motivação
 - 7.6.2. Teoria das expectativas
 - 7.6.3. Teorias de necessidades
 - 7.6.4. Motivação e compensação financeira
- 7.7. Remuneração das redes de venda
 - 7.7.1. Sistemas de remuneração
 - 7.7.2. Sistemas de incentivo e compensação
 - 7.7.3. Distribuição de itens salariais
- 7.8. Remuneração e benefícios não econômicos
 - 7.8.1. Programas de qualidade de vida no trabalho
 - 7.8.2. Expansão e enriquecimento do posto de trabalho
 - 7.8.3. Horário de trabalho flexível e compartilhamento de tarefas

Módulo 8. Processo comercial

- 8.1. Desenvolvimento do Processo de Vendas
 - 8.1.1. Metodologia no processo de vendas
 - 8.1.2. Atenção e argumentação
 - 8.1.3. Objeções e demonstração
- 8.2. Preparação da visita comercial
 - 8.2.1. Estudo do arquivo do cliente
 - 8.2.2. Definição de metas de vendas para o cliente
 - 8.2.3. Preparação da entrevista
- 8.3. Realização da visita comercial
 - 8.3.1. Apresentação ao cliente
 - 8.3.2. Determinação de necessidades
 - 8.3.3. Argumentação

- 8.4. Psicologia e técnicas de venda
 - 8.4.1. Noções de psicologia para vendas
 - 8.4.2. Técnicas para melhorar a comunicação verbal e não verbal
 - 8.4.3. Fatores influenciadores no comportamento do consumidor
- 8.5. Negociando e fechando a venda
 - 8.5.1. Fases da negociação
 - 8.5.2. Táticas de negociação
 - 8.5.3. Encerramento e compromisso do cliente
 - 8.5.4. Análise da visita comercial
- 8.6. O Processo de Fidelização
 - 8.6.1. Conhecimento profundo do cliente
 - 8.6.2. O processo comercial a ser realizado com o cliente
 - 8.6.3. O valor do cliente para a empresa

Módulo 9. Customer relationship management

- 9.1. Conhecendo o mercado e o consumidor
 - 9.1.1. Open innovation
 - 9.1.2. Inteligência Competitiva
 - 9.1.3. Share economy
- 9.2. CRM e Marketing Relacional
 - 9.2.1. Filosofia empresarial ou orientação estratégica
 - 9.2.2. Identificação e diferenciação do cliente
 - 9.2.3. A empresa e seus Stakeholders
 - 9.2.4. Clientela
- 9.3. Database Marketing e Customer Relationship Management
 - 9.3.1. Aplicações de Database Marketing
 - 9.3.2. Leis e regulamentos
 - 9.3.3. Fontes de informação, armazenamento e processamento
- 9.4. Psicologia e comportamento do consumidor
 - 9.4.1. O estudo do comportamento do consumidor
 - 9.4.2. Fatores internos e externos do consumidor
 - 9.4.3. Processo de decisão do consumidor
 - 9.4.4. Consumismo, sociedade, marketing e ética

- 9.5. Áreas de CRM Gerenciamento
 - 9.5.1. Atendimento ao cliente
 - 9.5.2. Gestão da Força de Vendas
 - 9.5.3. Atendimento ao cliente
- 9.6. Marketing consumer centric
 - 9.6.1. Segmentação
 - 9.6.2. Análise da rentabilidade
 - 9.6.3. Estratégias de fidelização do cliente
- 9.7. Técnicas de CRM Management
 - 9.7.1. Marketing direto
 - 9.7.2. Integração multicanal
 - 9.7.3. Marketing viral
- 9.8. Vantagens e armadilhas da implementação do CRM
 - 9.8.1. CRM, vendas e custos
 - 9.8.2. Satisfação e lealdade do cliente
 - 9.8.3. Implementação tecnológica
 - 9.8.4. Erros estratégicos e de gestão

Módulo 10. Integração de canais digitais na estratégia comercial

- 10.1. Gestão de comércio eletrônico digital
 - 10.1.1. Novos Modelos de Negócio e-Commerce
 - 10.1.2. Planejamento e desenvolvimento de um plano estratégico de comércio eletrônico
 - 10.1.3. Estrutura tecnológica em e-Commerce
- 10.2. Implementação de técnicas ecommerce
 - 10.2.1. Mídia social e integração no plano de comércio eletrônico
 - 10.2.2. Estratégia multichannel
 - 10.2.3. Personalização de dashboards
- 10.3. Digital pricing
 - 10.3.1. Métodos e gateways de pagamento online
 - 10.3.2. Promoções eletrônicas
 - 10.3.3. Temporizador digital de preços
 - 10.3.4. e-auctions

- 10.4. Do e-Commerce ao m-Commerce e s-Commerce
 - 10.4.1. Modelos de negócio dos e-marketplaces
 - 10.4.2. S-Commerce e experiência de marca
 - 10.4.3. Compras através de dispositivos móveis
- 10.5. Customer intelligence: do e-CRM ao s-CRM
 - 10.5.1. Integração do consumidor na cadeia de valor
 - 10.5.2. Pesquisa online e técnicas de fidelização
 - 10.5.3. Planejamento de uma estratégia de gestão de relacionamento com o cliente
- 10.6. Gestão de comunidades virtuais: gerenciamento de comunidades
 - 10.6.1. Mudanças nos Paradigmas de Comunicação
 - 10.6.2. Business Intelligence e consumidor 2.0
 - 10.6.3. Gestão de redes e Comunidades
 - 10.6.4. Gestão de conteúdo em Social Media
 - 10.6.5. Monitoramento, análise e resultados em Social Media
- 10.7. Social media plan
 - 10.7.1. Elaboração de um plano de social media
 - 10.7.2. Definição da estratégia a ser seguida em cada meio
 - 10.7.3. Protocolo de contingência em caso de crise
- 10.8. Web Analytics e Social Media Intelligence
 - 10.8.1. Definição de objetivos e KPIs
 - 10.8.2. ROI em marketing digital
 - 10.8.3. Visualização e interpretação de Dashboard

Módulo 11. Comércio e Marketing Internacional

- 11.1. Pesquisa de mercado internacional
 - 11.1.1. Marketing para Mercados Emergentes
 - 11.1.2. Análise PEST
 - 11.1.3. O que, como e para onde exportar?
 - 11.1.4. Estratégias de marketing-mix internacional
- 11.2. Segmentação Internacional
 - 11.2.1. Critérios para segmentação de Mercado a nível internacional
 - 11.2.2. Nichos de mercado
 - 11.2.3. Estratégias de Segmentação Internacional





- 11.3. Posicionamento internacional
 - 11.3.1. Branding nos mercados internacionais
 - 11.3.2. Estratégias de posicionamento nos mercados internacionais
 - 11.3.3. Marcas globais, regionais e locais
- 11.4. Estratégias de produtos nos mercados internacionais
 - 11.4.1. Modificação, adaptação e diversificação de produtos
 - 11.4.2. Produtos padronizados globais
 - 11.4.3. O portfólio de produtos
- 11.5. Preços e exportações
 - 11.5.1. Cálculo dos Preços de Exportação
 - 11.5.2. Incoterms
 - 11.5.3. Estratégia Internacional de Preços
- 11.6. Qualidade no comércio internacional
 - 11.6.1. Qualidade e o comércio internacional
 - 11.6.2. Normas e Certificações
 - 11.6.3. Marcação CE
- 11.7. Promoção Internacional
 - 11.7.1. O MIX da Promoção Internacional
 - 11.7.2. Advertising e publicidade
 - 11.7.3. Feiras internacionais
 - 11.7.4. Marca do país
- 11.8. Distribuição através de Canais Internacionais
 - 11.8.1. Canal e Trade Marketing
 - 11.8.2. Consórcios de Exportação
 - 11.8.3. Tipos de Exportações e Comércio Exterior



*Domine todos os métodos
mais avançados de avaliação
do rendimento esportivo”*

07 Estágio

Após a aprovação na modalidade teórica online, o profissional estará apto a iniciar seu estágio em uma empresa conceituada. Dessa forma, o profissional terá a oportunidade de aplicar suas habilidades e conhecimentos e se preparar para enfrentar qualquer situação futura.



“

Você estará à frente no desenvolvimento do processo de vendas com o Mestrado Próprio Semipresencial em Gestão de Comercial e Vendas"

A fase prática, sem dúvida, encerrará com chave de ouro a jornada acadêmica, que consiste no estágio intensivo. Esse programa em MBA Gestão Comercial e Vendas conta com um estágio de 3 semanas em uma empresa de renome nesse setor. Assim, de segunda a sexta-feira, e em dias consecutivos, o aluno irá trabalhar com profissionais especializados nessa área, para observar de perto os avanços mais relevantes no planejamento e na implementação de estratégias comerciais.

Tudo isso em um ambiente único, acompanhado dos melhores especialistas e de um ambiente de negócios de excelência. Dessa forma, o profissional terá um papel ativo, realizando atividades voltadas para a colaboração no desenvolvimento de ações focadas em logística, gestão de capital humano ou implementação de planos de visitas comerciais.

Assim, a TECH proporciona uma experiência efetiva que oferece uma oportunidade real aos profissionais que desejam avançar em suas áreas, através de um estágio que mostrará o trabalho cotidiano da equipe encarregada de dirigir a importante gestão comercial e de vendas, a partir de uma perspectiva local, nacional e internacional. Uma nova maneira de aprimorar as competências dos profissionais.

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 de professores e outros colegas de estágio para favorecer o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática da Gestão Comercial e de Vendas (aprender a ser e aprender a se relacionar).



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:

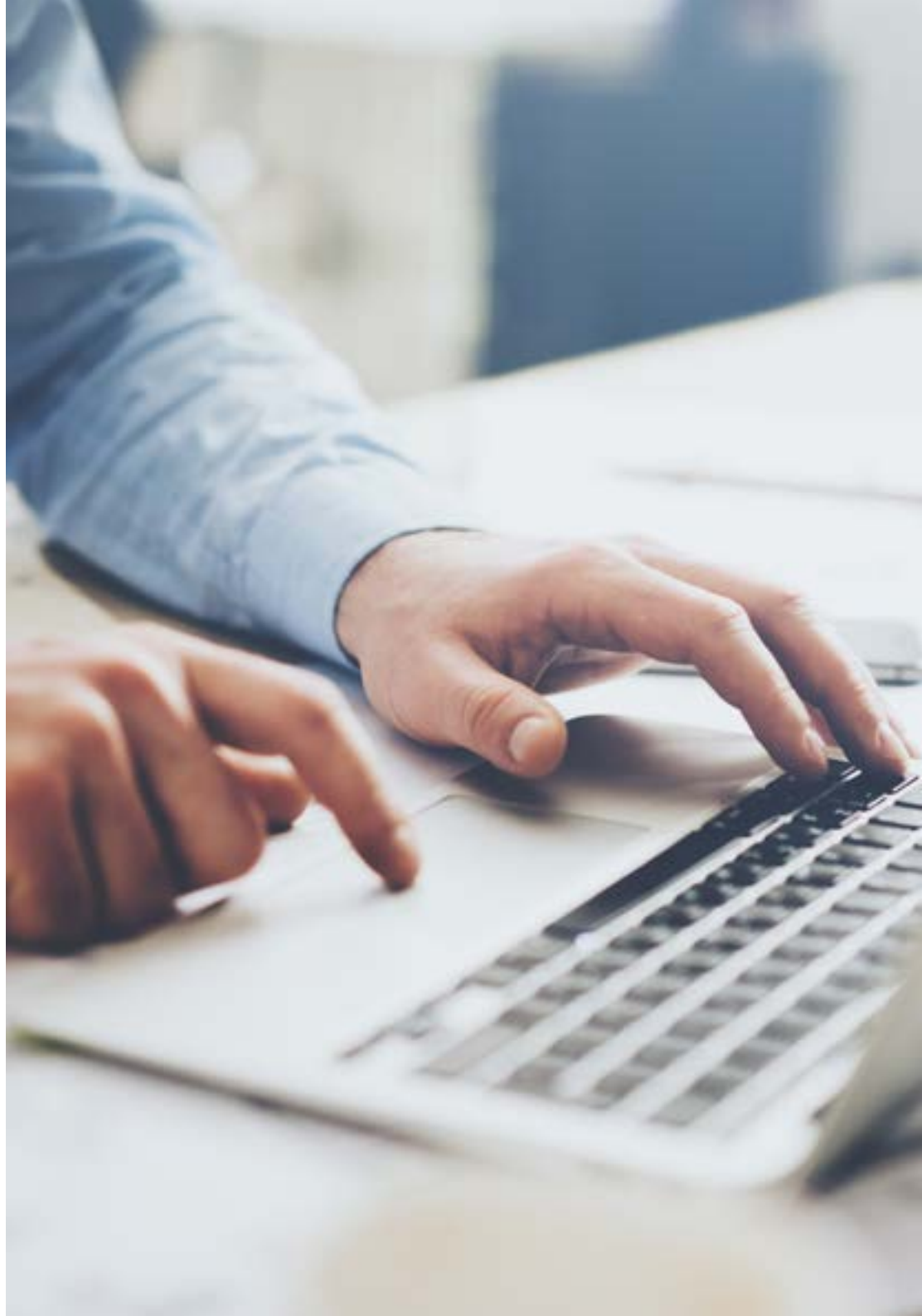
Módulo	Atividade Prática
Logística e Gestão Econômica	Analisar a concorrência com uma análise comparativa
	Colaborar com o gerenciamento de estoques, armazenamento e compras no departamento de logística de compras
	Oferecer suporte ao serviço pós-venda
	Realizar análise e previsão de demanda para logística
	Contribuir para o planejamento de vendas
Gestão Comercial	Realizar análises SWOT, setoriais e competitivas
	Auxiliar no planejamento da campanha de vendas
	Realizar o controle da atividade comercial
	Fornecer suporte no acompanhamento do plano anual de vendas
Organização Comercial e da Equipe de Vendas	Auxiliar na organização da cadeia de vendas por meio de um organograma departamental
	Realizar análise da qualidade do serviço
	Aplicar estratégias de aquisição e serviços em vendas
	Utilizar ferramentas de supervisão para controlar a atividade comercial
	Implementar o método <i>balanced scorecard</i> e ações pós-venda
Integração dos canais digitais na estratégia comercial	Participar da equipe que desenvolve o planejamento e implementação de um plano estratégico de comércio eletrônico.
	Contribuir para o planejamento de uma estratégia de gerenciamento do relacionamento com o cliente
	Monitorar e analisar os resultados das redes sociais da estratégia comercial
	Colaborar na elaboração de um plano de rede social
Processo comercial	Preparar uma visita comercial após realizar um estudo do cliente e preparação para a entrevista
	Implementar estratégias de negociação e fechamento da venda
	Aplicar conceitos de psicologia no processo de venda
	Realizar uma análise final da visita comercial

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 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-la 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, consequentemente, 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?

Em sua máxima de oferecer aos alunos uma experiência única no desenvolvimento de suas habilidades, a TECH oferece a eles a oportunidade de colocar em prática o conhecimento teórico que aprenderam sobre MBA Gestão Comercial e Vendas em uma empresa especializada. Dessa forma, eles se especializam ao lado de profissionais experientes, impulsionando sua carreira para o mais alto nível desse campo. Além disso, nossa instituição se adapta às necessidades e preferências do aluno, permitindo que ele escolha o destino que melhor atenda às suas necessidades.



“

*Aprenda com os melhores profissionais.
Escolha essa capacitação prática e
impulsione seus possibilidades laborais"*

tech 42 | Onde posso realizar o Estágio?



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



Escola de Negócios

Dorsia Santa Engracia

País	Cidade
Espanha	Madrid

Endereço: Calle de Sta Engracia,
153, 28003 Madrid

Clínica especializada em Medicina Estética
e Cirurgia Plástica e Reconstructiva

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA Gestão Comercial e Vendas
- Medicina Estética



Escola de Negócios

OVB Donostia

País	Cidade
Espanha	Guipúscoa

Endereço: Calle Portuetxe 37, 1- Oficina 8, San
Sebastián, 20018

A OVB España, fundada em 2002, dedica-se ao
planejamento financeiro abrangente e de longo prazo e
é orientada principalmente para clientes privados

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA Gestão Comercial e Vendas



Escola de Negócios

ultimafiesta.com

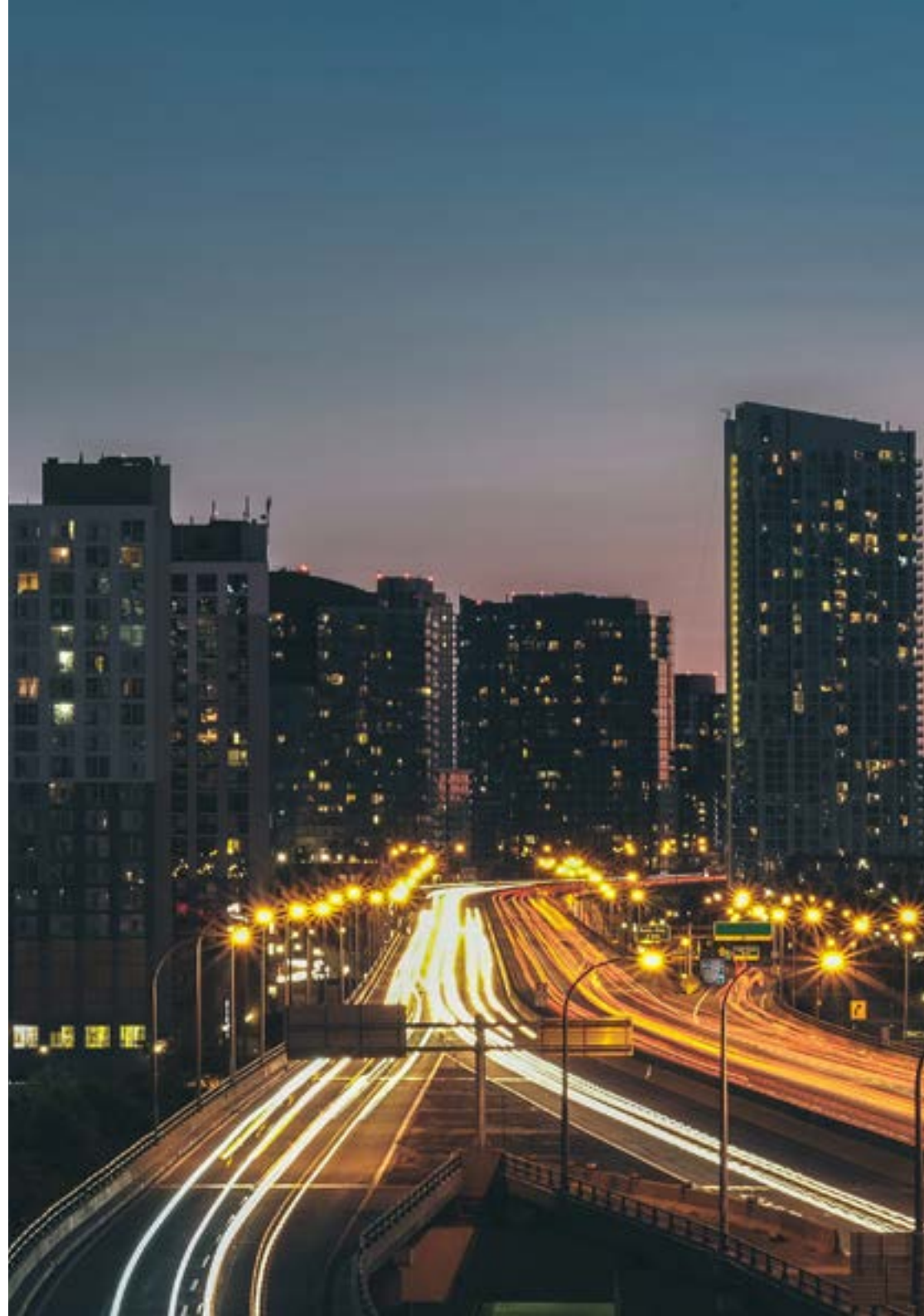
País	Cidade
Espanha	León

Endereço: El Río, 9, 24359 Seisón de la Vega

Pessoas que querem dignificar e celebrar a vida no
momento da morte

Capacitações práticas relacionadas:

- Organização de Eventos
- MBA Gestão Comercial e Vendas





Innovación Gráfica

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Calle Juan de Dios Peza N° 115, Col Obrera, CP. 06800, CDMX

Empresa especializada em marketing e arquitetura comercial

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA Gestão Comercial e Vendas
- MBA em Marketing Digital



Gaming Partners

País
México

Cidade
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
- MBA Gestão Comercial e Vendas



Coppel

País
México

Cidade
Sinaloa

Endereço: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Empresa especializada em serviços financeiros e serviços de consultoria

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- Design Gráfico



CBM Innovación en Estrategias SAS

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Cda. 16 de Septiembre 4, Centro, 56100 Texcoco, Edo. de Méx.

Empresa especializada em promoção comercial digital e offline

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Marketing Digital
- MBA em Gestão de Business Intelligence



Frsko Marketing

País
México

Cidade
Cidade do México

Endereço: Av. Marina Nacional 385-Piso 6, Oficina 610, Verónica Anzúres, Miguel Hidalgo, 11370, CDMX, México

Empresa especializada em Marketing Digital, branding e comunicação

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA em Gestão de Marketing (CMO, Chief Marketing Officer)
- MBA Gestão Comercial e Vendas



Veterinaria UCLE

País
Argentina

Cidade
Córdoba

Endereço: Maestro Vidal 1600, X5001 Córdoba,
Argentina

Centro veterinário especializado em hospitalização e
emergências

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA Gestão Comercial e Vendas
- Cirurgia Veterinária de pequenos animais



Lo Bruno Estructuras S.A.

País
Argentina

Cidade
Santiago del Estero

Endereço: Fray L. Beltrán y 1º Teniente
Ardiles. Parque Industrial- La Banda, Santiago
del Estero

Empresa especializada na fabricação de
materiais de construção

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA Gestão Comercial e Vendas
- Infraestrutura e Engenharia Civil





Escola de Negócios

Web Experto

País
Argentina

Cidade
Santa Fé

Endereço: Lamadrid 470 Nave 1 1º piso
Oficina 17, Rosario, Santa Fe

Empresa de gestão digital e orientação para web

Capacitações práticas relacionadas:

- MBA Gestão Comercial e Vendas
- MBA em Marketing Digital



Escola de Negócios

Clínica Veterinaria Panda

País
Argentina

Cidade
Cidade Autônoma
de Buenos Aires

Endereço: Ruiz Huidobro 4771 Saavedra,
Ciudad de Buenos Aires

Clínica Veterinaria Panda com 25 anos de experiência e
cinco unidades na cidade de Buenos Aires

Capacitações práticas relacionadas:

- Medicina Interna de Pequenos Animais
- Emergências Veterinárias em Pequenos Animais

09

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

A Escola de Negócios da TECH utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe ao gerente os desafios e as decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que forma a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e empresarial mais atual seja seguida.

“ *Você aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios”*

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado nas principais escolas de negócios do mundo, desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando elementos didáticos diferentes em cada aula.

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

Nosso sistema online lhe permitirá organizar seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-os ao seu horário. Você poderá acessar o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou móvel, com conexão à Internet.

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa escola de negócios é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

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

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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

Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

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

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



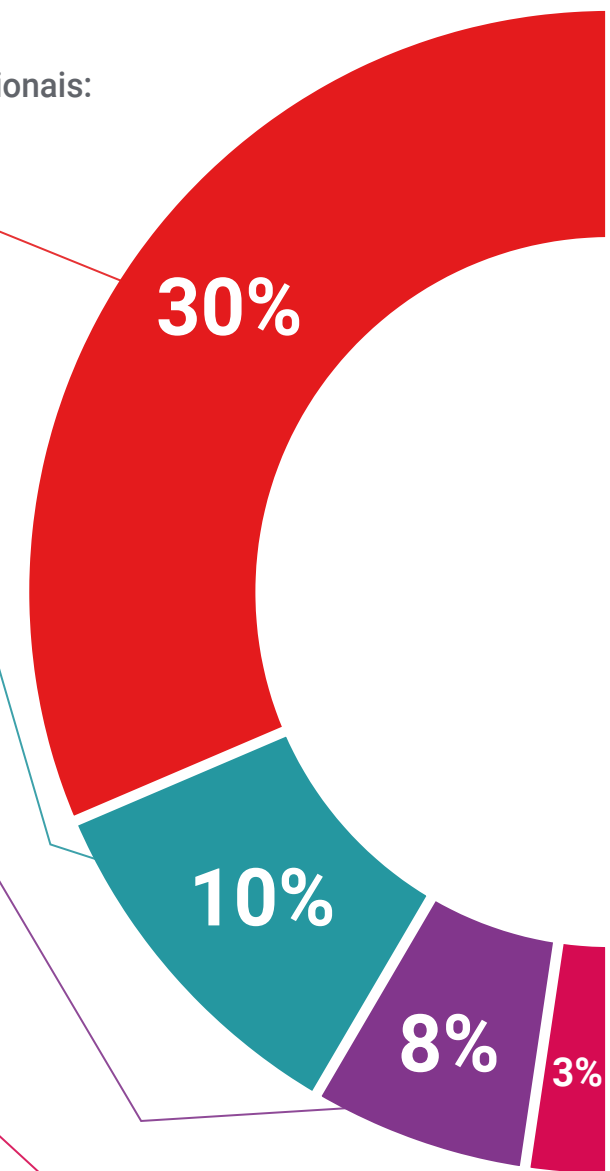
Práticas de habilidades gerenciais

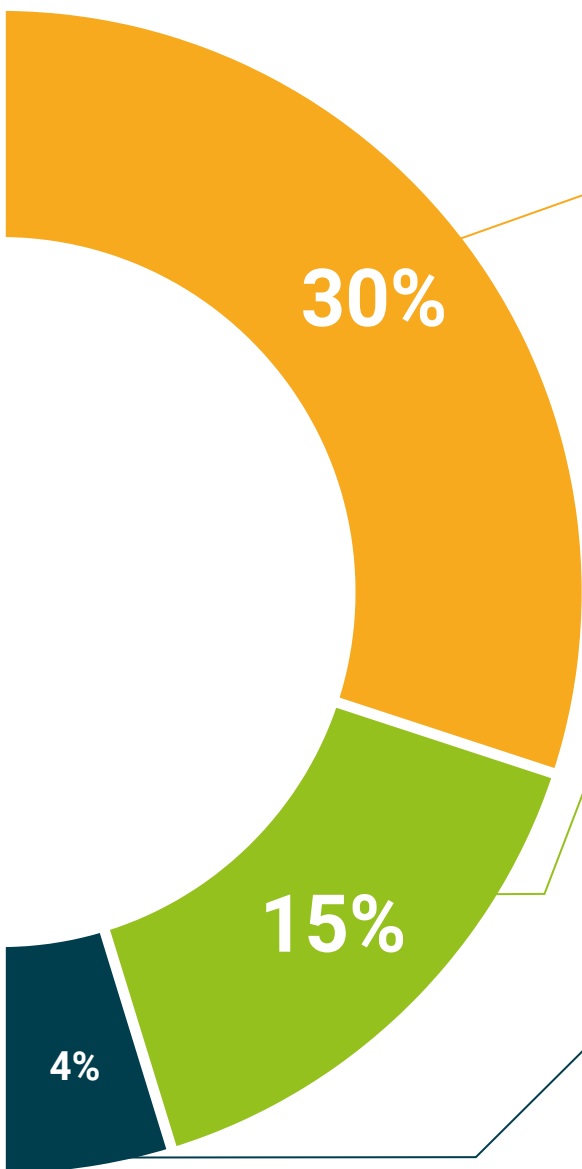
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



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 for necessário para complementar a sua capacitação.



**Estudos de caso**

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas da alta gestão do cenário internacional.

**Resumos interativos**

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

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

**Testing & Retesting**

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



10 Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial em MBA Gestão Comercial e Vendas 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 Gestão Comercial e Vendas** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

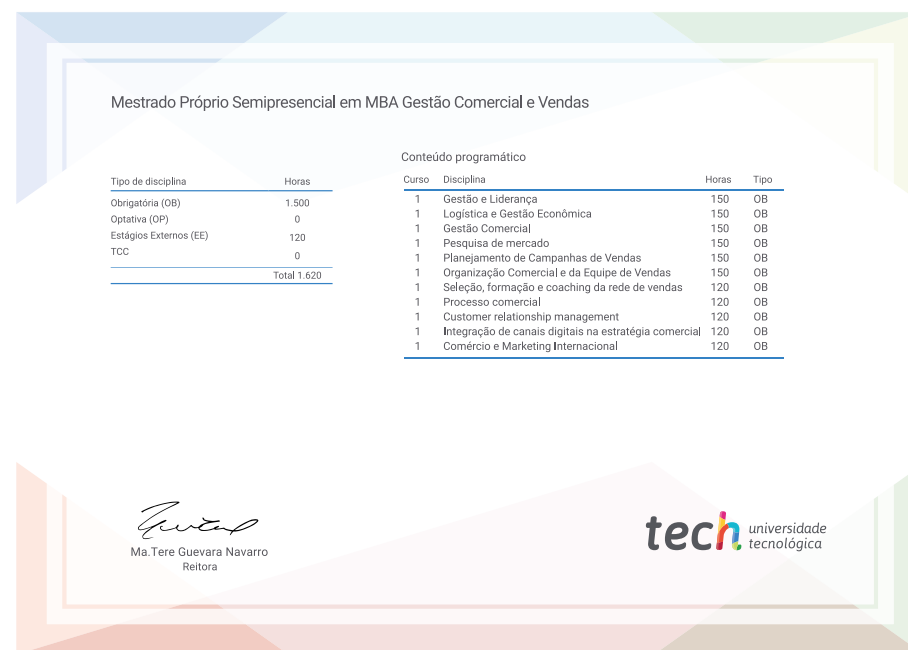
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Mestrado Próprio Semipresencial** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em MBA Gestão Comercial e Vendas**

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

Duração: **12 meses**



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



Mestrado Próprio Semipresencial MBA Gestão Comercial e Vendas

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Mestrado Próprio Semipresencial

MBA Gestão Comercial e Vendas

