

# Mestrado Próprio Semipresencial

Criação e Empreendedorismo  
de Empresas Virtuais





## Mestrado Próprio Semipresencial

### Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: [www.techtitude.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-criacao-empreendedorismo-empresas-virtuais](http://www.techtitude.com/br/escola-de-negocios/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-criacao-empreendedorismo-empresas-virtuais)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Por que fazer este Mestrado  
Próprio Semipresencial?

---

*pág. 8*

03

Objetivos

---

*pág. 12*

04

Competências

---

*pág. 16*

05

Conteúdo programático

---

*pág. 20*

06

Estágio

---

*pág. 32*

07

Onde posso realizar o  
Estágio?

---

*pág. 38*

08

Metodologia

---

*pág. 42*

09

Certificado

---

*pág. 50*

# 01

# Apresentação

O mundo contemporâneo é impulsionado pela digitalização. A Internet não é apenas um veículo de informações, mas também um ambiente de negócios online, onde é possível conversar com pessoas do outro lado do mundo e fazer compras online. Devido a todas as facilidades oferecidas por esse mecanismo, é inegável a necessidade de estabelecer uma presença sólida na Internet para conseguir essa aproximação com o usuário e oferecer a ele um serviço que atenda às suas necessidades. Nesse programa semipresencial, os alunos terão a oportunidade de se especializar em ciências empresariais para que possam planejar, criar e gerenciar uma empresa com o máximo grau de sucesso.





“

*Dominar as estratégias mais avançadas para a criação de uma empresa neste mundo digital é uma habilidade essencial atualmente”*

A forma como o setor empresarial é realizado, gerenciado e operado sofreu transformações nos últimos anos. Abrir uma empresa atualmente não é o mesmo que no passado, basicamente porque não é necessário um espaço físico definido para estabelecer um negócio. Com base nesse fato, muitas pessoas começaram a se tornar empreendedoras, embora essa não seja uma tarefa simples e exija conhecimento especializado.

Nesse sentido, o Mestrado Próprio Semipresencial irá contribuir com todos os empresários e empreendedores que desejam ingressar nesse setor. Para isso, eles devem primeiro concluir um programa online e em seguida realizar um estágio prático em uma agência internacional conceituada. Dessa forma, eles poderão planejar, criar e gerenciar empresas no setor digital com maiores garantias de sucesso.

Ao longo do programa, os alunos analisarão uma série de estudos de caso para obter uma compreensão aprofundada de como funciona o ambiente digital. Da mesma forma, serão abordadas as estratégias mais eficazes de Marketing Digital que proporcionam uma experiência única ao usuário. Isso é essencial para obter uma boa reputação para a organização e garantir que o cliente retorne para comprar em outras oportunidades.

Após o término da parte teórica do curso, o aluno poderá fazer um estágio prático em uma agência conceituada. Na agência, o aluno realizará diversas atividades que o prepararão para enfrentar qualquer situação em sua atuação diária. Além disso, o aluno não estará sozinho, pois contará sempre com o acompanhamento e a orientação de um especialista adjunto, que ensinará o aluno a se adaptar ao novo contexto que envolve a intervenção e o desenvolvimento na empresa virtual, realizando a gestão e a administração de sua própria empresa.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Suas principais características são:

- Desenvolvimento de mais de 100 estudos de caso apresentados por especialistas em ciências empresariais
- Seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações específicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- Planos de ação sistematizados e completos na área de negócios
- Sistema de aprendizagem interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões
- Diretrizes práticas para o uso das principais ferramentas das ciências empresariais
- Sua ênfase especial nas metodologias mais inovadoras para o uso das técnicas de liderança empresarial
- Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e trabalhos individuais de reflexão
- Tudo isto complementado por palestras teóricas, perguntas à especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- Disponibilidade de conteúdo através de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet
- Além disso, o aluno poderá fazer um estágio em um dos melhores ambientes de negócios do mundo.



*Uma oportunidade única de aprender com os melhores no setor. Você desenvolverá suas habilidades em um cenário em constante crescimento"*

“

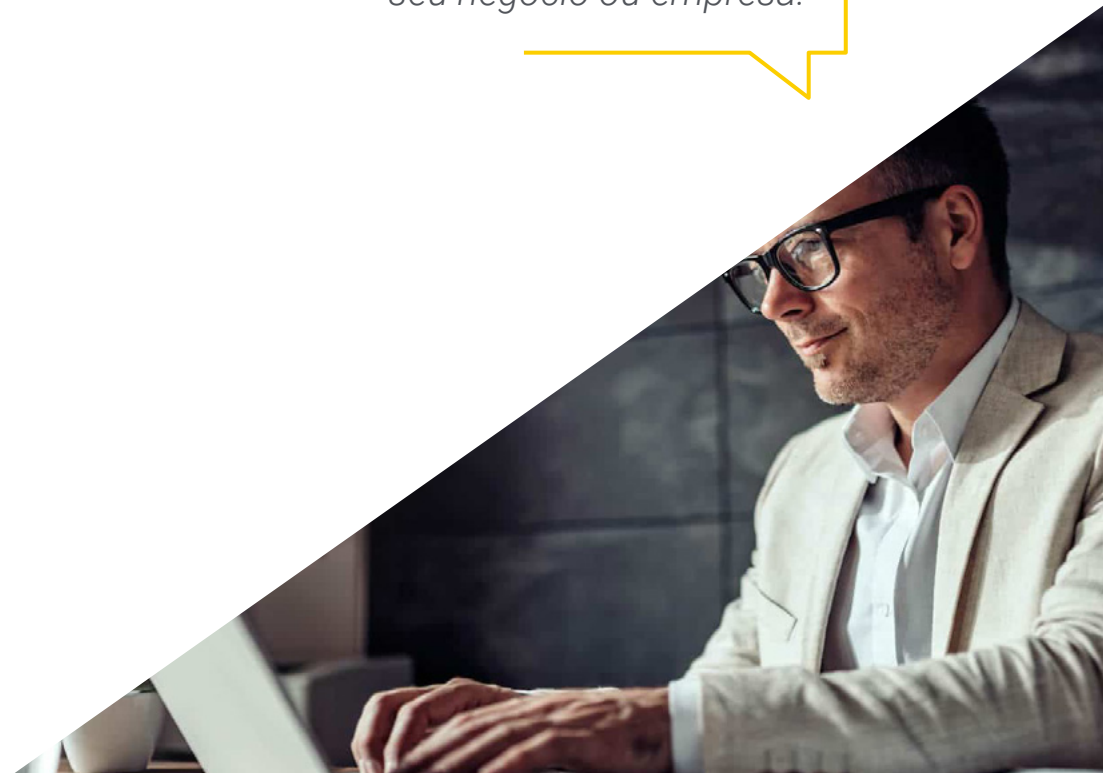
*Durante três semanas, você passará por uma aprendizagem intensiva que lhe permitirá compreender as principais atribuições da administração de uma empresa virtual"*

Nessa proposta de Mestrado Próprio, de natureza profissional e modalidade semipresencial, o programa é voltado para a atualização de profissionais especializados em ciências empresariais e que necessitam de uma qualificação de nível elevado. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências científicas e conduzidos de forma didática para integrar o conhecimento teórico em sua atividade diária e elementos teóricos. Dessa forma, os elementos teórico-práticos irão favorecer a atualização do conhecimento e permitir a tomada de decisões em ambientes complexos.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que irá proporcionar uma prática imersiva, programada para capacitar através de situações reais. Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

*Desenvolva as habilidades necessárias para tomar decisões mais criteriosas em contextos de incerteza, como o universo digital.*

*Acesse novas oportunidades através deste programa prático, onde você poderá aplicar novas tecnologias em seu negócio ou empresa.*



02

# Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Para avançar em uma era em constante transformação e em que as atualizações digitais estão em primeiro plano, os profissionais que desejam iniciar um negócio devem ter conhecimentos financeiros, organizacionais e estratégicos para poder avaliar as oportunidades oferecidas pelo mercado ao investir em um setor específico. Nesse sentido, as diversas possibilidades oferecidas atualmente pela Internet e pela globalização abriram as portas para uma série de oportunidades de expansão dos negócios através dos veículos digitais.



“

*Esta é a única universidade onde você encontrará um programa totalmente completo, e que permite comprovar a teoria com sua própria prática. A oportunidade de aprendizagem é, sem dúvida, única e imperdível”*

### 1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

Para conhecer todas as atualizações sobre criação de empresas e empreendedorismo digital, a TECH selecionou um ambiente moderno e de destaque. Por isso, a partir do momento em que o aluno acessar a plataforma virtual, poderá utilizar uma série de recursos multimídia que facilitam seu processo de aprendizagem. Da mesma forma, para entender os processos de Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais, a TECH selecionou modelos de negócios de sucesso que irão compartilhar suas experiências desde o início. Assim, o aluno conhecerá um cenário inovador com os sistemas exigidos na atualidade.

### 2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas

A TECH escolhe os melhores especialistas na área de estudo para que o aluno aprenda com quem sabe. Este programa apresenta professores especialistas que definiram o plano de estudos a ser elaborado e prepararam cada um dos materiais de estudo. Além disso, para atingir seus objetivos de aprendizagem, o aluno será acompanhado no ambiente de trabalho durante 3 semanas por uma equipe multidisciplinar que apresentará todas as funções a serem executadas para alcançar os melhores resultados.

### 3. Ingressar em ambientes empresariais de excelência

A TECH seleciona cuidadosamente todos os centros disponíveis para a realização das Capacitações Práticas. Assim, o aluno terá acesso garantido a um ambiente empresarial de renome na área de Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais. Portanto, será possível conhecer o dia a dia de uma área de trabalho desafiadora, rigorosa e abrangente, utilizando sempre as teses e os postulados científicos mais recentes em sua metodologia de trabalho.





#### **4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada**

Este programa foi elaborado com o objetivo de permitir que os alunos utilizem seus conhecimentos desde o início e, assim, possam aproveitar ao máximo as 3 semanas de Estágio. Por esse motivo, um conjunto de atividades foi elaborado para o desempenho de sua função, para que ele possa direcionar ações que aprimorem seu perfil profissional, com o acompanhamento de um orientador.

#### **5. Ampliar as fronteiras do conhecimento**

A TECH oferece a possibilidade de realizar esta Capacitação Prática não apenas em centros nacionais, mas também em centros internacionais. Dessa forma, o profissional poderá ultrapassar suas fronteiras e se aproximar dos maiores profissionais, atuando em ambientes empresariais renomados e em vários continentes. Uma oportunidade única que somente a TECH poderia oferecer.

“

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

# 03

## Objetivos

Este Mestrado Próprio Semipresencial foi elaborado para atender às necessidades de qualificação dos profissionais de ciências empresariais que desejam atuar no ambiente digital. Para isso, foi elaborado um programa que agrega as abordagens mais atualizadas da área de forma realista e abrangente. Isso levará o aluno à excelência acadêmica e impulsionará sua carreira para o sucesso.



“

*Esse programa proporciona a você a oportunidade única de realizar um estágio presencial e aplicar todos o conteúdo aprendido na fase online”*



### Objetivo geral

---

- O principal objetivo deste Mestrado Próprio Semipresencial em Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais é garantir que os alunos adotem em seu ambiente profissional as novas tecnologias digitais exigidas para alcançar uma presença marcante na internet e no mundo em geral. Para isso, eles têm à disposição um programa completo que une teoria e prática de forma coerente.



*De forma prática e simples, você entenderá o funcionamento do cenário empresarial no mundo digital”*





## Objetivos específicos

---

- Conhecer a maneira correta de administrar e gerenciar empresas de todos os tamanhos e setores
- Entender em profundidade o que são as Tecnologias da Informação e Comunicação e suas implicações nas organizações atuais.
- Saber trabalhar com diferentes tipos de TIC
- Trabalhar com a contabilidade e as finanças de uma empresa
- Aprender a realizar uma gestão comercial adequada em empresas de todos os portes e setores
- Trabalhar com sistemas de gerenciamento de informações
- Compreender os fundamentos da gestão empresarial em nível estratégico
- Conhecer detalhadamente os fundamentos do Marketing Digital nas empresas que atuam no momento
- Entender o funcionamento do cenário empresarial no mundo digital
- Conhecer os fundamentos da administração de empresas a partir da descrição de seus elementos, seu ambiente, função e organização
- Contar com os elementos necessários para uma tomada de decisão assertiva
- Entender o campo da gestão e administração
- Compreender a elaboração de contas anuais
- Identificar a relação da gestão com a empresa
- Compreender as principais funções da gestão com a empresa
- Adquirir uma visão ampla do processo administrativo e aplicá-lo dentro de suas funções de trabalho
- Conhecer as características da tributação e conseguir classificá-las
- Compreender as obrigações fiscais do ponto de vista jurídico
- Analisar a importância da iniciativa para o empreendedorismo nos negócios
- Compreender o papel principal da inovação como um diferencial para a criação de planos de negócios



*Aprofunde-se na teoria mais relevante da área para colocá-la em prática, posteriormente, na sua prática profissional"*

# 04

# Competências

Ao serem aprovados em cada módulo do programa, os alunos desenvolverão as competências profissionais necessárias para se tornarem empreendedores no mundo digital, sendo o compromisso ético e a visão de negócios os pilares fundamentais sobre os quais estarão estabelecidos para se tornarem gerentes bem-sucedidos na era digital.



“

*Este programa irá ajudá-lo a fortalecer suas ideias de empreendedorismo e a destacar-se no ambiente digital"*

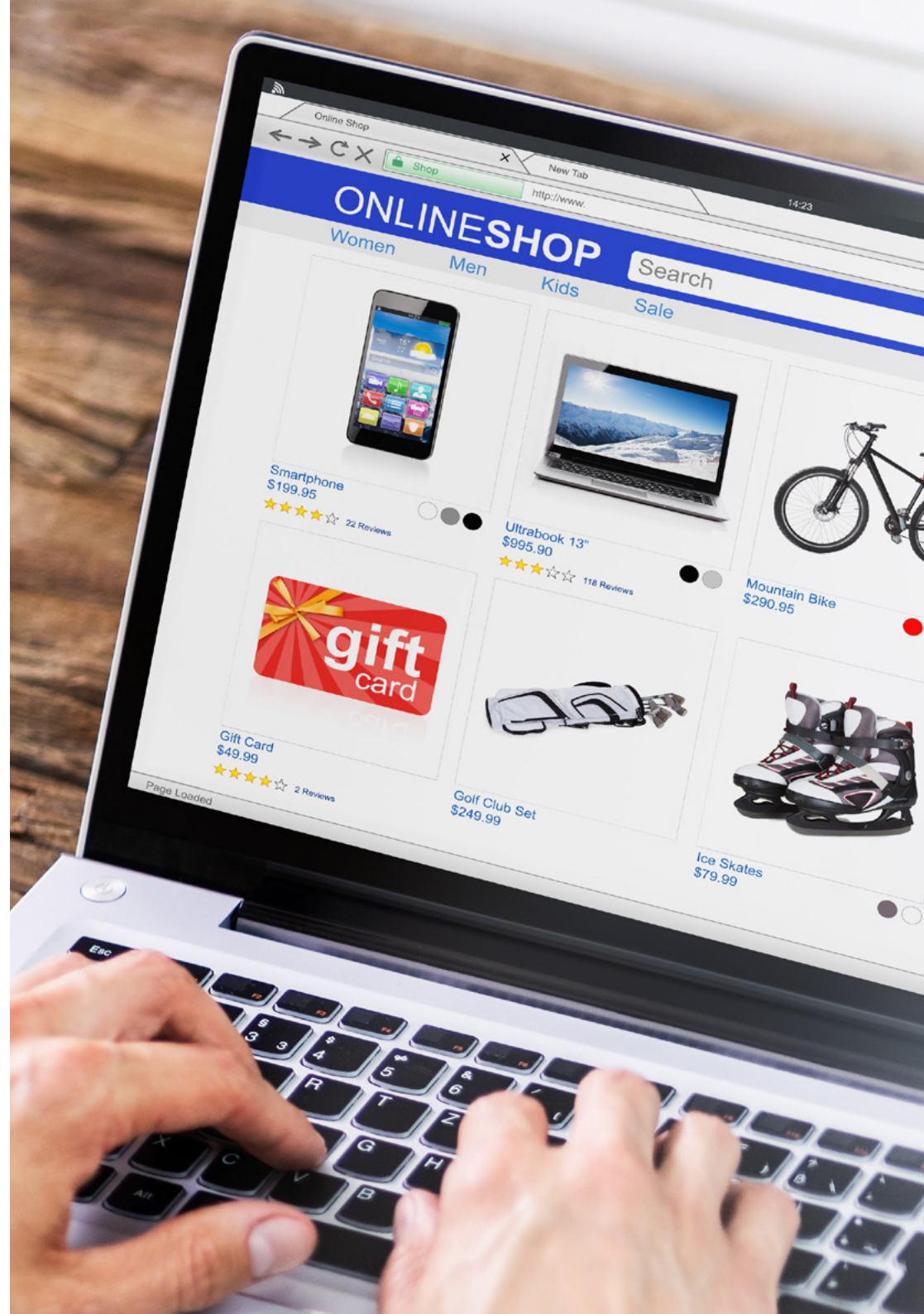


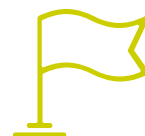
## Competências gerais

- Criar e gerenciar com sucesso empresas virtuais
- Adaptar estratégias de empreendedorismo convencionais ao ambiente digital volátil e mutável
- Aproveitar ao máximo as diversas oportunidades de negócios proporcionadas pelo cenário digital



*As habilidades que você adquirirá com este programa permitirão o desenvolvimento de seu próprio projeto empresarial"*





## Competências específicas

---

- Analisar as diferentes estratégias existentes no Marketing Digital e gerenciar campanhas do gênero
- Fomentar a inovação dentro das empresas de todos os setores
- Elaborar um plano de negócios desde o início, conhecendo os meios de financiamento disponíveis
- Compreender as estratégias de gerenciamento dos sistemas de informação para o funcionamento correto da empresa
- Interpretar as características, funções e tipologias dos diversos sistemas de TI
- Atuar em cenários tecnológicos para o desenvolvimento de processos de capacitação compatíveis com o novo contexto
- Analisar as implicações do ambiente econômico global para os negócios
- Analisar diferentes estratégias de reestruturação de empresas
- Poder calcular vários impostos empresariais
- Potencializar as ideias para o empreendedorismo no cenário digital
- Incorporar as novas tecnologias de informação em ambientes virtuais para o desenvolvimento de processos de capacitação em diferentes áreas
- Adaptar-se ao novo contexto que envolve a intervenção e o desenvolvimento da empresa digital
- Identificar as variáveis a serem consideradas na tomada de decisões comerciais
- Gerir e administrar empresas do setor digital

# 06

## Conteúdo programático

Nesta primeira parte do Mestrado Próprio Semipresencial em Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais, os alunos terão acesso a um plano de estudos 100% online, elaborado sob medida para impulsionar sua carreira. Durante esse período de aprendizagem, o aluno poderá analisar e abordar diversas estratégias de Marketing Digital para melhorar a experiência do usuário, além de compreender o funcionamento da empresa em nível organizacional.



“

*Não perca tempo e matricule-se neste Mestrado  
Próprio Semipresencial onde você encontrará  
todas as inovações necessárias rumo aos  
negócios na era digital”*

## **Módulo 1. Administração de empresas: introdução e organização**

- 1.1. A empresa e seus elementos
  - 1.1.1. O conceito de empresa
  - 1.1.2. Funções e classificações dos objetivos comerciais
  - 1.1.3. Empreendedorismo
  - 1.1.4. Tipos de empresa
- 1.2. A empresa como sistema
  - 1.2.1. Conceitos do sistema
  - 1.2.2. Os modelos
  - 1.2.3. Subsistema da empresa
  - 1.2.4. Subsistema de valores
- 1.3. O ambiente empresarial
  - 1.3.1. Ambiente e valor
  - 1.3.2. Ambiente geral
  - 1.3.3. Ambiente específico
  - 1.3.4. Ferramentas de análise
- 1.4. A função diretiva
  - 1.4.1. Conceitos básicos
  - 1.4.2. O que é dirigir
  - 1.4.3. A tomada de decisões
  - 1.4.4. Liderança
- 1.5. Planejamento empresarial
  - 1.5.1. Plano empresarial
  - 1.5.2. Elementos do planejamento
  - 1.5.3. Fases
  - 1.5.4. Ferramentas de planejamento
- 1.6. Controle empresarial
  - 1.6.1. Conceitos, tipos e terminologia
  - 1.6.2. Controle de gestão
  - 1.6.3. Controle de qualidade
  - 1.6.4. Balanced Scorecard

- 1.7. A organização empresarial
  - 1.7.1. Conceitos básicos
  - 1.7.2. Estrutura organizacional
  - 1.7.3. Dimensões culturais
  - 1.7.4. Modelos estruturais
- 1.8. Direção de Recursos Humanos
  - 1.8.1. Motivação
  - 1.8.2. Recrutamento e seleção
  - 1.8.3. Capacitação de pessoal
  - 1.8.4. Avaliação do desempenho
- 1.9. Elementos do Marketing e finanças
  - 1.9.1. Conceito e etapas
  - 1.9.2. Marketing e mercados
  - 1.9.3. Marketing estratégico
  - 1.9.4. Relação e sinergias

## **Módulo 2. Introdução às TICs**

- 2.1. Sistemas de informação: características, função e tipologias
  - 2.1.1. Introdução às TICs
  - 2.1.2. Princípios
  - 2.1.3. Características
  - 2.1.4. Inícios
  - 2.1.5. Vantagens e desvantagens
  - 2.1.6. Tipologia
  - 2.1.7. Tipologias dos sistemas de Informação
  - 2.1.8. Processos de negócio
- 2.2. Sistemas de informação: influência, vantagem competitiva e estratégias baseadas em redes e na Internet 2.0
  - 2.2.1. Influência das TIC
  - 2.2.2. Atualidades
  - 2.2.3. Globais
  - 2.2.4. Vantagens competitivas
  - 2.2.5. Estratégias baseadas na Web 2.0
  - 2.2.6. Estratégias de redes

## 2.3. Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC)

- 2.3.1. Componentes
- 2.3.2. Conceito
- 2.3.3. Tipos de componentes
- 2.3.4. Aplicações
- 2.3.5. Desenvolvimentos de infra-estrutura
- 2.3.6. História
- 2.3.7. Situação atual e desenvolvimento
- 2.3.8. Gerenciamento de infraestrutura de TIC
- 2.3.9. Propulsores
- 2.3.10. Administração

## 2.4. Hardware e tendências de hardware

- 2.4.1. O hardware
- 2.4.2. Conceito
- 2.4.3. Evolução do hardware
- 2.4.4. Classificação de hardware e software
- 2.4.5. Tendências de hardware
- 2.4.6. Processamento de dados
- 2.4.7. Aceleração nos processos
- 2.4.8. Armazenamento dos dados processados
- 2.4.9. Visualização gráfica

## 2.5. Integração das plataformas de processamento e telecomunicações

- 2.5.1. Integração
- 2.5.2. Conceptualização
- 2.5.3. Evolução
- 2.5.4. Interdependência empresarial
- 2.5.5. Integração e concorrência
- 2.5.6. Ferramentas de integração
- 2.5.7. Big Data

## 2.6. Modalidades de processamento, virtualização e processadores multinúcleos

- 2.6.1. Diferentes modelos
- 2.6.2. Sistemas de multiprocessadores
- 2.6.3. Conceito de processamento
- 2.6.4. A virtualização
- 2.6.5. Requisitos
- 2.6.6. Hipervisores
- 2.6.7. Paravirtualização

## 2.7. O software e as plataformas de software

- 2.7.1. O software
- 2.7.2. Contexto
- 2.7.3. Conceitos e definições
- 2.7.4. Aplicações
- 2.7.5. Plataformas de software
- 2.7.6. Plataformas atuais
- 2.7.7. Evolução das plataformas

## 2.8. A linguagem Java e a integração de aplicações empresariais

- 2.8.1. A linguagem java
- 2.8.2. Conceitos
- 2.8.3. Características
- 2.8.4. Pontos mais destacados
- 2.8.5. Arquitetura das aplicações empresariais
- 2.8.6. Conceito
- 2.8.7. A integração nas empresas
- 2.8.8. *Transcoding*
- 2.8.9. Adaptação semântica de conteúdos

- 2.9. Redes: redes corporativas e tecnologias de conectividade
  - 2.9.1. Redes corporativas e tecnologias de conectividade
  - 2.9.2. Transformação
  - 2.9.3. Conectividade na empresa
  - 2.9.4. Soluções de conectividade
  - 2.9.5. Tipos e meios de transmissão
  - 2.9.6. Conceito e definições
  - 2.9.7. Mapas de transmissão
- 2.10. A Internet, a Web, Web 2.0 e Web 3.0
  - 2.10.1. O que é a Internet?
  - 2.10.2. Conceptualização
  - 2.10.3. Aplicações
  - 2.10.4. Web 1.0
  - 2.10.5. Conceptualização
  - 2.10.6. Conteúdos estáticos
  - 2.10.7. A divulgação
  - 2.10.8. Web 2.0
  - 2.10.9. Conceptualização
  - 2.10.10. Conteúdos dinâmicos
  - 2.10.11. O desenvolvimento
  - 2.10.12. Web 3.0
  - 2.10.13. Conceptualização
  - 2.10.14. Conteúdos multi-dispositivo
  - 2.10.15. A web inteligente
- 2.11. Ferramentas empresariais para comunicação e coordenação
  - 2.11.1. Ferramentas empresariais
  - 2.11.2. A direção à distância
  - 2.11.3. Planejamento da comunicação
  - 2.11.4. Métodos de coordenação
  - 2.11.5. A coordenação internacional
  - 2.11.6. A coordenação internacional
  - 2.11.7. Conceito online





- 2.12. Organização tradicional de arquivos, sistemas de gestão de dados e armazéns de dados e mineração de dados
  - 2.12.1. Armazenamento de dados
  - 2.12.2. Análise de dados
  - 2.12.3. Tipos de armazenamento
  - 2.12.4. Tipo de informação armazenável
  - 2.12.5. Variabilidade de dados
  - 2.12.6. Sistemas de gestão de dados
  - 2.12.7. Balanced Scorecard
  - 2.12.8. Processos de planejamento
  - 2.12.9. Indicadores de gestão
  - 2.12.10. Mineração de dados
  - 2.12.11. Conceito
  - 2.12.12. Teoria da complexidade computacional
  - 2.12.13. Tendências
- 2.13. Sistemas de empresa: sistemas de gestão empresarial e sistemas de apoio à tomada de decisões
  - 2.13.1. Sistema de suporte à decisão
  - 2.13.2. Sistemas de suporte: DSS
  - 2.13.3. Tomada de decisões com base na gestão de dados
  - 2.13.4. Processos de gestão empresarial
  - 2.13.5. Conceitos de gestão
  - 2.13.6. Etapas do processo
- 2.14. Comércio eletrônico
  - 2.14.1. Significado de comércio eletrônico
  - 2.14.2. Conceito
  - 2.14.3. B2B
  - 2.14.4. Implicações
  - 2.14.5. Desafios do comércio eletrônico
  - 2.14.6. Principais tipos de comércio eletrônico
  - 2.14.7. Tipos de comércio eletrônico
  - 2.14.8. Mercados de comércio
  - 2.14.9. A evolução e repercussão
  - 2.14.10. Expansão
  - 2.14.11. Repercussão global

### Módulo 3. Contabilidade financeira

- 3.1. Elementos e formulação das contas anuais
  - 3.1.1. Balanço, lucros e perdas
  - 3.1.2. Declaração de mudanças no patrimônio líquido
  - 3.1.3. Demonstrativo de fluxo de caixa
  - 3.1.4. Regras formulação das contas anuais
  - 3.1.5. Modelos para demonstrativos financeiros
- 3.2. Critérios de avaliação
  - 3.2.1. Custo histórico
  - 3.2.2. Valor justo
  - 3.2.3. Valor realizável líquido
  - 3.2.4. Valor em uso
  - 3.2.5. Valor contábil
  - 3.2.6. Contabilidade criativa
- 3.3. Ativos fixos tangíveis e intangíveis
  - 3.3.1. Regulamentos e formas de aquisição
  - 3.3.2. Amortização
  - 3.3.3. Perdas por imparidade ou eliminação
  - 3.3.4. Investimentos imobiliários
- 3.4. Instrumentos financeiros
  - 3.4.1. Ativos financeiros
  - 3.4.2. Passivos financeiros
  - 3.4.3. Avaliação, identificação e gestão de riscos
  - 3.4.4. Operações de hedge e negociação
  - 3.4.5. Contabilidade de Instrumentos de capital
- 3.5. Estudo e avaliação de fundos próprios
  - 3.5.1. Equidade no balanço patrimonial
  - 3.5.2. Subsídios, doações e legados
  - 3.5.3. Fundos próprios e ajustes para mudanças de valor

- 3.6. Operações de reestruturação
  - 3.6.1. Fusões
  - 3.6.2. Splits
  - 3.6.3. Contribuições não monetárias
  - 3.6.4. Swaps de valor
- 3.7. Imposto sobre o lucro
  - 3.7.1. Estrutura tributária corporativa
  - 3.7.2. Cálculo e contabilização da despesa acumulada para o imposto de renda corporativo
  - 3.7.3. Diferenças permanentes e temporárias
- 3.8. Contabilidade em moeda estrangeira
  - 3.8.1. Moeda funcional e de apresentação
  - 3.8.2. Valoração de itens monetários e não monetários
  - 3.8.3. Diferenças temporárias nas transações em moeda estrangeira

### Módulo 4. Gestão Comercial

- 4.1. Pesquisa de mercado
  - 4.1.1. Comportamento do consumidor
  - 4.1.2. Técnicas de pesquisa de mercado
  - 4.1.3. Ferramentas para a análise de dados
  - 4.1.4. Abrangência e limitações
- 4.2. Propaganda
  - 4.2.1. Importância da publicidade para empresa
  - 4.2.2. Experiência de compra
  - 4.2.3. Propaganda em meios digitais
- 4.3. Planejamento da mídia
  - 4.3.1. Audiências e o mercado publicitário
  - 4.3.2. Seleção de mídias e suportes
  - 4.3.3. Medição da Eficácia
- 4.4. Gestão Comercial
  - 4.4.1. Análise interna e externa. FOFA
  - 4.4.2. Análise Setorial e Competitiva
  - 4.4.3. Modelo CANVAS

## Módulo 5. Gestão de empresas

- 5.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
  - 5.1.1. Funções do gestor
  - 5.1.2. A estratégia de gestão
  - 5.1.3. Cultura organizacional
- 5.2. Processo de gerenciamento de mudanças
  - 5.2.1. Tipos
  - 5.2.2. Resistência
  - 5.2.3. Estimulação à inovação
  - 5.2.4. Modelos de gestão
- 5.3. A tomada de decisões
  - 5.3.1. O processo de tomada de decisão e gestão
  - 5.3.2. Estilos de gestão
  - 5.3.3. Tipos de decisões
- 5.4. Planejamento estratégico
  - 5.4.1. Objetivos
  - 5.4.2. Métodos
  - 5.4.3. Planejamento de ambientes dinâmicos
- 5.5. O processo de gestão estratégica
  - 5.5.1. Tipos de processos
  - 5.5.2. Missão e análise de processos
  - 5.5.3. Implementação dos processos e avaliação
- 5.6. A estrutura organizacional
  - 5.6.1. Conceitos gerais
  - 5.6.2. Estruturas mecanicistas
  - 5.6.3. Estruturas orgânicas
- 5.7. Projeto organizacional
  - 5.7.1. Propósitos da organização
  - 5.7.2. Fatores de contingência
  - 5.7.3. Tipos de design
- 5.8. Desenvolvimento e desempenho de grupos
  - 5.8.1. Definições e conceitos gerais
  - 5.8.2. Grupos eficientes
  - 5.8.3. Grupos globais
- 5.9. A comunicação empresarial
  - 5.9.1. Função da comunicação na empresa
  - 5.9.2. Métodos de comunicação
  - 5.9.3. Influência das TIC
- 5.10. Comunicação interpessoal e organizacional
  - 5.10.1. Conceitos básicos
  - 5.10.2. Comunicação interpessoal
  - 5.10.3. Comunicação organizacional
- 5.11. A motivação empresarial
  - 5.11.1. Conceito e aplicação da motivação
  - 5.11.2. Teorias da motivação
  - 5.11.3. Implementação da motivação
- 5.12. A liderança na empresa
  - 5.12.1. Teorias de contingência
  - 5.12.2. Tipos de liderança
  - 5.12.3. Implementação da liderança na empresa
- 5.13. O controle de operações
  - 5.13.1. Conceitos do controle e controle de gestão
  - 5.13.2. Processos do controle
  - 5.13.3. Medição e avaliação
- 5.14. Gestão do controle de operações
  - 5.14.1. Ferramentas para o controle
  - 5.14.2. Sistemas de correção
  - 5.14.3. Vantagens e problemas do controle operacional
- 5.15. Gestão operacional
  - 5.15.1. Importância da gestão
  - 5.15.2. A cadeia de valor
  - 5.15.3. Gestão de qualidade
  - 5.10.4. Custos de armazenagem, *picking* e *packing*
  - 5.10.5. Custos de distribuição

## Módulo 6. Regime Fiscal das Empresas

- 6.1. Conceito e características do imposto
- 6.2. A relação jurídica tributária e as obrigações fiscais
- 6.3. Isenção, não tributação, acúmulo e exigibilidade
- 6.4. Elementos essenciais as obrigações fiscais
- 6.5. O sistema fiscal e a classificação tributária
- 6.6. Cálculo do imposto sobre sociedades
- 6.7. Os regimes especiais
- 6.8. Determinação do IRPF
- 6.9. O IVA
- 6.10. Obrigações

## Módulo 7. Estratégia de Marketing Digital

- 7.1. Administração de negócios virtuais
  - 7.1.1. Estratégia competitiva diante do aumento da digitalização da mídia
  - 7.1.2. Design e criação de um plano de Marketing Digital
  - 7.1.3. Planejamento e contratação de mídia digital
  - 7.1.4. Análise do ROI em um plano de Marketing Digital
- 7.2. Marketing digital para fortalecer a marca
  - 7.2.1. Conteúdo de marca e storytelling
  - 7.2.2. Hipersegmentação
  - 7.2.3. Videomarketing
  - 7.2.4. Vendas sociais
- 7.3. Definir a estratégia de Marketing Digital
  - 7.3.1. *Closed Loop Marketing*
  - 7.3.2. *Continuous Loop Marketing*
  - 7.3.3. *Multichannel Marketing*
- 7.4. Marketing digital para atrair e fidelizar clientes
  - 7.4.1. Hipersegmentação e Microlocalização
  - 7.4.2. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
  - 7.4.3. Gerenciamento do relacionamento com os visitantes





- 7.5. Tendências em marketing digital
  - 7.5.1. *Digital Neuromarketing*
  - 7.5.2. *Avatar Marketing*
  - 7.5.3. *Bluecasting*
- 7.6. Gerenciamento de campanhas digitais
  - 7.6.1. *Display Advertising e Rich Media*
  - 7.6.2. Campanhas multiplataforma, multi-segmentos, multi-customização
  - 7.6.3. Publicidade na televisão digital
- 7.7. Plano de Marketing online
  - 7.7.1. Pesquisa online
  - 7.7.2. Criação do plano de online
  - 7.7.3. Configuração e ativação
  - 7.7.4. Lançamento e gestão
- 7.8. *Blended Marketing*
  - 7.8.1. Integrando ações on e off
  - 7.8.2. Personalizar e segmentar
  - 7.8.3. Melhorar a experiência do usuário

## **Módulo 8.** Tecnologia e informação na empresa digital

- 8.1 Meios tecnológicos
  - 8.1.1. O ambiente tecnológico
  - 8.1.2. Funcionamento e importância das TI na empresa
  - 8.1.3. Necessidades e áreas de oportunidade
- 8.2. Gestão de Sistemas de Informação
  - 8.2.1. Sistemas de informação de negócio
  - 8.2.2. Decisões estratégicas
  - 8.2.3. Função do CIO
- 8.3. Planejamento estratégico de sistemas de informação
  - 8.3.1. O processo do planejamento estratégico
  - 8.3.2. Planejamento da estratégia SI
  - 8.3.3. Plano de implementação da estratégia

- 8.4. Sistemas de informação e inteligência de negócios
  - 8.4.1. CRM e inteligência de negócios
  - 8.4.2. Gestão de projetos em inteligência de negócios
  - 8.4.3. Arquitetura de inteligência de negócios
- 8.5. Aplicações de gestão corporativa
  - 8.5.1. Análise de negócio e setores industriais
  - 8.5.2. Modelos de negócio baseados na Internet
  - 8.5.3. A importância da TI na empresa
- 8.6. Transformação Digital
  - 8.6.1. Modelos de negócios baseados em tecnologia
  - 8.6.2. Capacidade de inovação
  - 8.6.3. Redesenho dos processos da cadeia de valor
- 8.7. Tecnologias e tendências
  - 8.7.1. Estratégias de comércio eletrônico
  - 8.7.2. Estratégias em social media
  - 8.7.3. Modelos de comércio eletrônico
- 8.8. *Outsourcing* de tecnologia da informação
  - 8.8.1. Estabelecimento de objetivos em TI
  - 8.8.2. Seleção de fornecedores

## Módulo 9. Criação e gestão de empresas no ambiente digital

- 9.1. Entorno econômico global
  - 9.1.1. Bases da economia global
  - 9.1.2. A globalização dos mercados comerciais e financeiros
  - 9.1.3. Empreendedorismo e novos mercados
- 9.2. Finanças Corporativas
  - 9.2.1. Política financeira e crescimento
  - 9.2.2. Métodos de avaliação de empresas
  - 9.2.3. Estrutura de capital e alavancagem financeira
- 9.3. Análise econômica das decisões
  - 9.3.1. Controle orçamentário
  - 9.3.2. Análise da concorrência
  - 9.3.3. Análise comparativo
  - 9.3.4. Tomada de decisões
  - 9.3.5. Investimento ou desinvestimento comercial
- 9.4. Sistemas e tecnologias de informação nos negócios
  - 9.4.1. Evolução do modelo de TI
  - 9.4.2. Organização e departamento de TI
  - 9.4.3. A tecnologia da informação e o ambiente econômico
- 9.5. Estratégia corporativa e estratégia tecnológica
  - 9.5.1. Criação de valor para clientes e acionistas
  - 9.5.2. Decisões estratégicas SI/TI
  - 9.5.3. Estratégia corporativa vs estratégia tecnologia e digital
- 9.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões
  - 9.6.1. *Business Intelligence*
  - 9.6.2. *Data Warehouse*
  - 9.6.3. BSC ou Balanced Scorecard
- 9.7. Estratégia digital
  - 9.7.1. Estratégia tecnológica e seu impacto na inovação digital
  - 9.7.2. Planejamento estratégico de TI
  - 9.7.3. Estratégia e a Internet
- 9.8. Modelos de negócio baseados na Internet
  - 9.8.1. Análise de empresas estabelecidas no setor de tecnologia
  - 9.8.2. Sistemas de geração de modelos de negócios
  - 9.8.3. Análise de modelos de negócios inovadores em setores tradicionais
  - 9.8.4. Análise de modelos de negócios inovadores na Internet
- 9.9. Sistemas empresariais baseados na colaboração
  - 9.9.1. Sistemas de gestão de clientes: CRM
  - 9.9.2. Sistemas de gerenciamento da cadeia de fornecimento
  - 9.9.3. Sistemas de comércio eletrônico

- 9.10. Negócios sociais
  - 9.10.1. Visão estratégica da Web 2.0 e seus desafios
  - 9.10.2. Oportunidades de convergência e tendências das TIC
  - 9.10.3. Como tornar a Web 2.0 e as redes sociais rentáveis
  - 9.10.4. Mobilidade e negócios digitais

## Módulo 10. Gestão da Inovação no ambiente digital

- 10.1. Pensamento de design
  - 10.1.1. A Estratégia do Oceano Azul
  - 10.1.2. Inovação colaborativa
  - 10.1.3. *Open Innovation*
- 10.2. Inteligência estratégica em inovação
  - 10.2.1. Vigilância tecnológica
  - 10.2.2. Prospectiva tecnológica
  - 10.2.3. *Coolhunting*
- 10.3. Empreendedorismo e inovação
  - 10.3.1. Estratégias para encontrar oportunidades de negócio
  - 10.3.2. Avaliação da viabilidade de novos projetos
  - 10.3.3. Sistemas de gestão da inovação
  - 10.3.4. *Soft skills* de um empreendedor
- 10.4. Gestão de *startups*
  - 10.4.1. Introdução à gestão financeira em empresas recém criadas
  - 10.4.2. Métricas financeiras para *Startups*
  - 10.4.3. Planejamento financeiro: modelos de projeções e sua interpretação
  - 10.4.4. Métodos de avaliação
  - 10.4.5. Aspectos legais
- 10.5. O plano de negócio
  - 10.5.1. *Business Plano* na era digital
  - 10.5.2. Modelo *Canvas*
  - 10.5.3. *Value Proposition Model*
  - 10.5.4. Conteúdo e apresentação
- 10.6. Gerenciamento de projetos
  - 10.6.1. Desenvolvimento ágil
  - 10.6.2. Lean Management em Startups
  - 10.6.3. Acompanhamento e gestão de projetos
- 10.7. Fases de crescimento de uma empresa iniciante
  - 10.7.1. Fase de *Seed*
  - 10.7.2. Fase de *Startup*
  - 10.7.3. Fase de *Growth*
  - 10.7.4. Fase de consolidação
- 10.8. Financiamento de *startups*
  - 10.8.1. Financiamento bancário
  - 10.8.2. Subsídios
  - 10.8.3. Capital semente e aceleradores. *Business Angels*
  - 10.8.4. *Venture Capital*. IPO
  - 10.8.5. *Parceria Pública a Privada*
- 10.9. Instituições nacionais e internacionais de capital de risco e de capital inicial
  - 10.9.1. Instituições públicas: CDTI, ENISA
  - 10.9.2. Entidades de *Venture Capital* nacional e internacional
  - 10.9.3. Investidores privados: Caixa Capital Risc. Startup
  - 10.9.4. FOND-ICO Global
  - 10.9.5. Aceleração: Wayra, Lanzadera e Plug & Play
- 10.10. *Lean Management*
  - 10.10.1. Princípios básicos de *Lean Management*
  - 10.10.2. Grupos de melhoria e resolução de problemas
  - 10.10.3. Novas formas de manutenção e gestão da qualidade
  - 10.10.2. Canais de comunicação com o cliente
  - 10.10.3. Integração com a loja online
  - 10.10.4. Centros de Serviço Online

# 07 Estágio

Após o término do programa online, o aluno estará apto a realizar um estágio em uma grande agência do setor digital. O estágio terá duração de três semanas, de segunda a sexta-feira, com uma jornada de trabalho contínua de 8 horas. Durante o programa, o aluno terá sempre o acompanhamento e a orientação de um especialista.



“

*A modalidade semipresencial irá ajudá-lo a iniciar com sucesso no ambiente digital, aumentando sua confiança na gestão de uma empresa nesse segmento”*

O estágio presencial permitirá que o aluno realize diversas atividades práticas, como avaliação, identificação e gestão de risco de instrumentos financeiros; planejamento de campanhas digitais, implementação de tecnologias de comunicação, além de outras atividades relacionadas, completando o processo de aprendizagem.

O ensino prático será realizado com a participação ativa do aluno executando as atividades e procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e orientação de professores e outros colegas de estágio para favorecer o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática diária (aprender a ser e 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:

“

*Este programa irá ajudá-lo a se desenvolver em um negócio real, com o suporte de um grupo de profissionais qualificados que irão ajudá-lo a elaborar um plano de negócios desde o início”*





| Módulo                                           | Atividade Prática                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Criação e gestão de empresas no ambiente digital | Desenvolver estratégia corporativa e tecnológicas da empresa                                                                                                          |
|                                                  | Implementar modelos de negócio baseados na Internet                                                                                                                   |
|                                                  | Administrar o sistema de gerenciamento da cadeia de suprimentos                                                                                                       |
|                                                  | Praticar a monetização da Internet 2.0 e das redes sociais                                                                                                            |
|                                                  | Analisar o ROI em um plano de marketing digital                                                                                                                       |
|                                                  | Reconhecer as estratégias de marketing digital implementadas na empresa e melhorá-las: <i>Closed Loop Marketing, Continuous Loop Marketing e Marketing Multicanal</i> |
| Organização e Administração de Empresas          | Usar ferramentas de planejamento                                                                                                                                      |
|                                                  | Participar de ações estratégicas de marketing, estabelecer relacionamentos e sinergias                                                                                |
|                                                  | Elaborar contas anuais utilizando os modelos das demonstrações financeiras utilizando os critérios de avaliação                                                       |
|                                                  | Avaliar, identificar e gerenciar riscos de instrumentos financeiros                                                                                                   |
|                                                  | Reconhecer os diferentes impostos aplicáveis à empresa                                                                                                                |
|                                                  | Calcular o imposto de renda corporativo e determinar o imposto de renda pessoal e o IVA                                                                               |
| Gestão e Inovação na empresa                     | Use técnicas de pesquisa de mercado, modelo CANVAS e outras ferramentas para análise de dados                                                                         |
|                                                  | Propor Planejamento de mídias: Audiências e Mercado Publicitário                                                                                                      |
|                                                  | Realizar análises internas e externas SWOT, bem como análise setorial e competitiva                                                                                   |
|                                                  | Implementar liderança e motivação através de diferentes teorias motivacionais                                                                                         |
|                                                  | Implementar a inteligência estratégica da inovação: <i>Coolhunting e a busca de oportunidades de negócios</i>                                                         |
|                                                  | Gerenciar métricas financeiras de <i>Startups</i> , controlar aspectos legais, <i>Lean Management</i> e Financiamento de <i>Startups</i>                              |
| Tecnologia Informação na empresa virtual         | Gerenciar sistemas de informações empresariais                                                                                                                        |
|                                                  | Planejar e formular estratégias de sistemas de informação e coordenação de negócios                                                                                   |
|                                                  | Usar CRM, software e inteligência na empresa                                                                                                                          |
|                                                  | Analisar estratégias de e-commerce e redes sociais                                                                                                                    |
|                                                  | Utilizar ferramentas de integração e <i>Big Data</i>                                                                                                                  |
|                                                  | Verificar redes corporativas e tecnologias de conectividade                                                                                                           |

## 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 as 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. Nestes 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?

A TECH está ciente das necessidades do setor empresarial e, por isso, firmou vários acordos com as agências mais conceituadas em âmbito internacional. Essa é uma oportunidade única para os alunos continuarem a crescer em sua área de trabalho, ao lado dos maiores especialistas em Marketing e Gestão Empresarial.





“

Várias empresas de Marketing estão  
ao seu alcance graças a este programa  
semipresencial da TECH"

## tech 40 | Onde posso realizar o Estágio?

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



**Escola de Negócios**

### Match Mode

|         |           |
|---------|-----------|
| País    | Cidade    |
| Espanha | Barcelona |

Endereço: Avenida Diagonal 696  
(08034) Barcelona

Única plataforma especializada em moda para a contratação de freelancers especializados neste setor.

---

**Capacitações práticas relacionadas:**

- Gestão de Comunicação em Moda e Luxo
- Gestão de Empresas de Comunicação





### Piensamarketing

|           |           |
|-----------|-----------|
| País      | Cidade    |
| Argentina | Río Negro |

Endereço: Campichuelo 580 (8400),  
Ciudad de Bariloche, Río Negro

Agência de marketing e comunicação social e  
digital

---

#### Capacitações práticas relacionadas:

- Criação e Empreendedorismo na Empresa Digital
- MBA em Marketing Digital

06

# 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



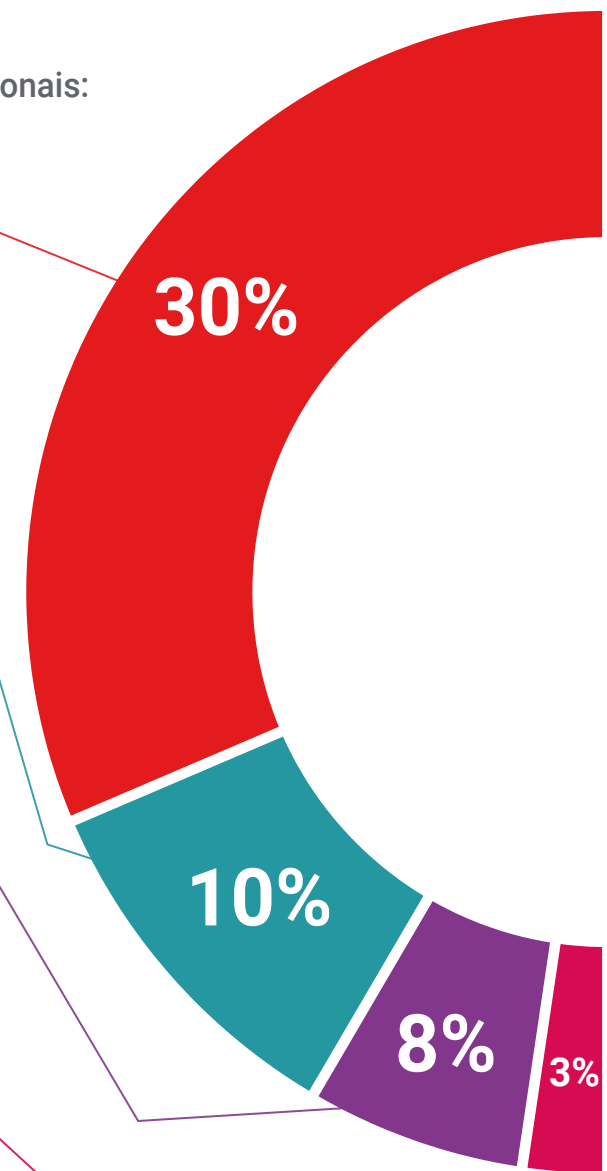
#### Práticas de habilidades gerenciais

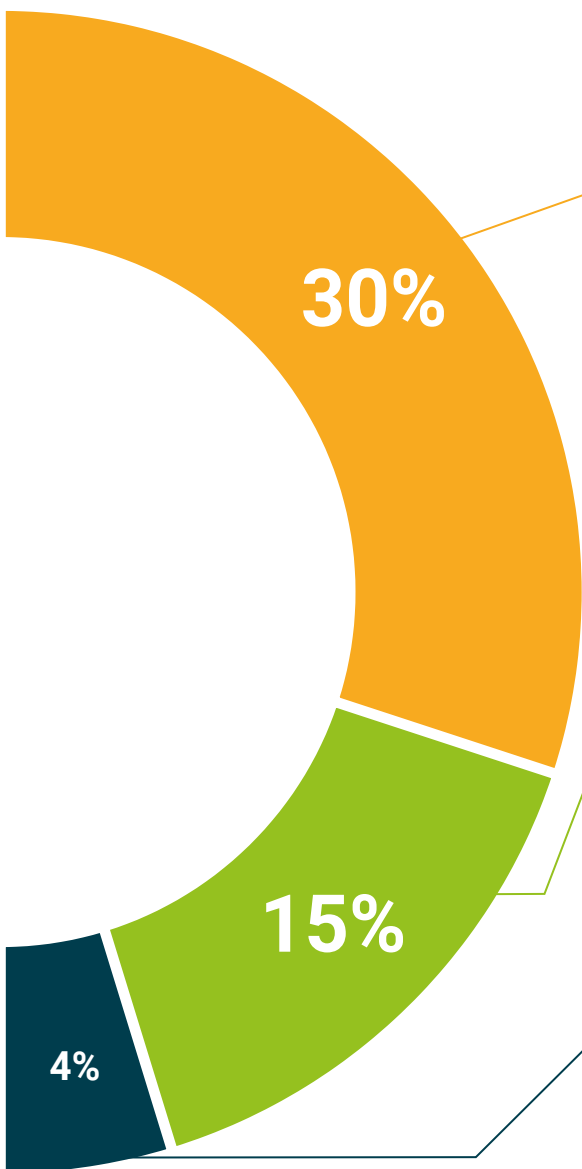
Serão realizadas atividades para desenvolver as competências gerenciais específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um gestor precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



#### 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.



09

# Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial em Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais 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 Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do cenário profissional e acadêmico.

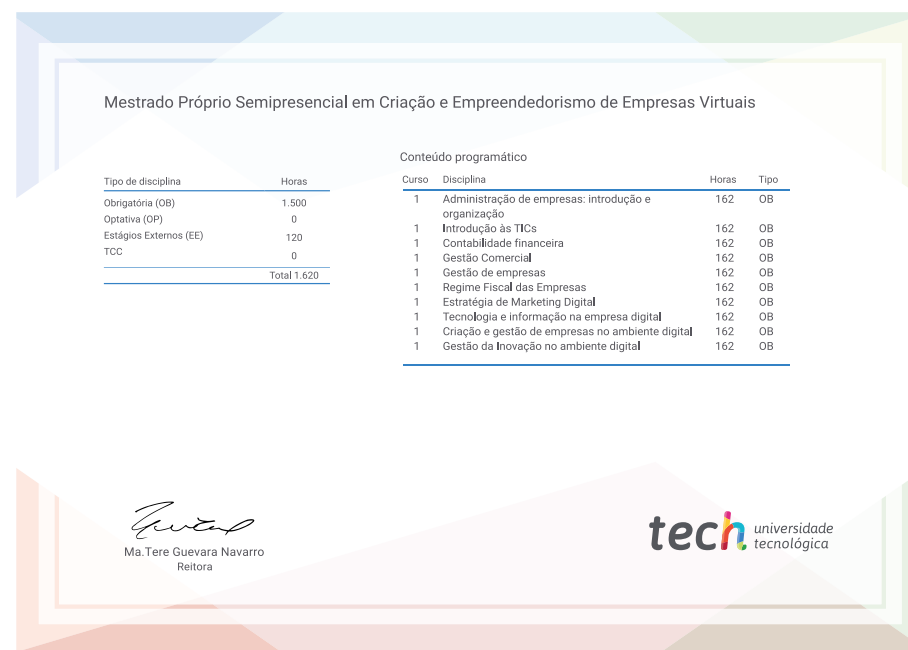
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.

Além do certificado de conclusão, o aluno poderá solicitar uma declaração e o certificado do conteúdo do programa. Para isso, será necessário entrar em contato com o orientador acadêmico, que irá proporcionar todas as informações necessárias.

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais**

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

Duração: **12 meses**





## Mestrado Próprio Semipresencial Criação e Empreendedorismo de Empresas Virtuais

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

# Mestrado Próprio Semipresencial

Criação e Empreendedorismo  
de Empresas Virtuais