

# Advanced Master

## Gestão de Projetos Tecnológicos em Empresas



## Advanced Master Gestão de Projetos Tecnológicos em Empresas

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/escola-de-negocios/advanced-master/advanced-master-gestao-projetos-tecnicos-empresas](http://www.techtute.com/br/escola-de-negocios/advanced-master/advanced-master-gestao-projetos-tecnicos-empresas)

# Índice

01

Apresentação do programa

---

*pág. 4*

02

Por que estudar na TECH?

---

*pág. 8*

03

Plano de estudos

---

*pág. 12*

04

Objetivos de ensino

---

*pág. 36*

05

Oportunidades profissionais

---

*pág. 44*

06

Metodologia de estudo

---

*pág. 48*

07

Equipe de professores

---

*pág. 58*

08

Certificação

---

*pág. 80*

01

# Apresentação do programa

A transformação digital redefiniu a maneira como as organizações operam, aumentando a dependência de iniciativas tecnológicas para atingir seus objetivos estratégicos. Dentro dessa estrutura, a gestão de projetos tecnológicos na empresa representa um desafio significativo para os profissionais. Isso se deve ao fato de que eles devem ter uma combinação de habilidades técnicas, liderança e um profundo entendimento dos processos de negócios. Com essa ideia em mente, a TECH apresenta um programa universitário online inovador voltado para essa área, que fornecerá aos profissionais as estratégias mais avançadas para garantir o sucesso de seus projetos tecnológicos e a sustentabilidade de seus negócios.





“

*Com esse programa 100% online, você gerenciará projetos de tecnologia de forma abrangente e garantirá que os objetivos sejam atingidos com eficiência”*

Com as tecnologias em rápida evolução, as empresas precisam ser capazes de se adaptar e transformar seus processos para se manterem relevantes. Nesse sentido, o Gestão de Projetos de Tecnologia é essencial para garantir que as iniciativas tecnológicas sejam implementadas de forma eficaz, respeitando prazos, orçamentos e objetivos organizacionais. Portanto, é fundamental que os profissionais adquiram as habilidades necessárias para liderar projetos de tecnologia nas instituições, abordando aspectos importantes como gerenciamento de riscos, inovação e o impacto das tecnologias emergentes nos resultados comerciais.

Dentro dessa estrutura, a TECH está lançando um programa de ponta sobre Gestão de Projetos Tecnológicos nas Empresas. O programa, desenvolvido pelos principais especialistas da área, abordará questões que vão desde os fundamentos do *management* executivo e gestão financeira até o uso de ferramentas tecnológicas de última geração para aumentar a precisão e a qualidade das iniciativas. Dessa forma, os alunos poderão gerenciar projetos tecnológicos de forma abrangente, desde o planejamento até a execução, garantindo que os objetivos sejam atingidos em termos de prazo, custo e qualidade.

Para consolidar todos esses conteúdos didáticos, a TECH utiliza o método vanguardista *Relearning*, que consiste na reiteração progressiva dos conceitos-chave para sua correta assimilação. Além disso, o curso universitário oferece aos alunos uma variedade de estudos de casos reais, permitindo que os profissionais pratiquem em ambientes simulados, aproximando-os da realidade das situações de emergência. Nesse sentido, para acessar os recursos educacionais, os especialistas precisarão apenas de um dispositivo eletrônico capaz de se conectar à Internet. Além disso, um renomado Diretor Internacional Convidado ministrará *Masterclasses* que proporcionarão aos alunos habilidades avançadas.

Esse **Advanced Master em Gestão de Projetos Tecnológicos** nas Empresas conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

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



*Um prestigiado Diretor Internacional Convidado oferecerá Masterclasses exclusivas para aprofundar as últimas tendências em gestão de projetos tecnológicos nas empresas”*

“

*Você implementará padrões de qualidade em todos os aspectos das iniciativas, garantindo que os resultados atendam às expectativas do cliente e aos requisitos técnicos”*

A equipe de professores inclui profissionais da área do gestão de Empresas, que trazem sua experiência profissional para este programa, além de especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

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

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

*Com o sistema Relearning da TECH você não precisará investir muitas horas de estudo e se concentrará nos conceitos mais relevantes.*

*Você dominará as metodologias ágeis para gerenciar projetos de tecnologia de forma flexível e adaptável.*



02

# Por que estudar na TECH?

A TECH é a maior universidade digital do mundo. Com um impressionante catálogo de mais de 14.000 programas universitários, disponíveis em 11 idiomas, a TECH se posiciona como líder em empregabilidade, com uma taxa de inserção profissional de 99%. Além disso, conta com um vasto corpo docente formado por mais de 6.000 professores de prestígio internacional.



“

*Estude na maior universidade digital do mundo e garanta seu sucesso profissional. O futuro começa na TECH”*

### A melhor universidade online do mundo de acordo com a FORBES

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

**Forbes**  
Mejor universidad  
online del mundo

**Plan**  
de estudios  
más completo

### Os planos de estudos mais completos do panorama universitário

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

### A melhor equipe de professores top internacional

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

Profesorado  
**TOP**  
Internacional

La metodología  
más eficaz

### Um método de aprendizado único

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

### A maior universidade digital do mundo

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

**nº1**  
Mundial  
Mayor universidad  
online del mundo

**A universidade online oficial da NBA**

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

**Líderes em empregabilidade**

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



**Google Partner Premier**

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

**A Universidade mais bem avaliada por seus alunos**

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

# 03

## Plano de estudos

Por meio desse programa muito completo, os profissionais terão um conhecimento abrangente sobre a gestão de projetos tecnológicos na empresa. O programa acadêmico se aprofundará em áreas que vão desde os fundamentos do *management* executivo ou o controle econômico de iniciativas até a implementação de metodologias ágeis, como o Lean, para melhorar significativamente a eficiência operacional das organizações. Dessa forma, os alunos adquirirão habilidades avançadas de liderança para comandar equipes multidisciplinares e superar qualquer desafio tecnológico, garantindo o sucesso sustentável das organizações.



“

*Você se aprofundará nas metodologias mais sofisticadas para garantir que os projetos de tecnologia se destaquem por sua alta qualidade”*

## Módulo 1. Liderança, Ética e Responsabilidade Social da Empresa

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

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

## Módulo 2. Gestão estratégica e *Management* Diretivo

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

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

### Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

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

- 3.9. Gestão do talento
  - 3.9.1. Chaves para uma gestão positiva
  - 3.9.2. Origem conceitual do talento e sua implicação na empresa
  - 3.9.3. Mapa de talentos na organização
  - 3.9.4. Custo e valor agregado
- 3.10. Inovação na gestão de talento e de pessoas
  - 3.10.1. Modelos estratégicos de gestão de talentos
  - 3.10.2. Identificação, capacitação e desenvolvimento de talento
  - 3.10.3. Lealdade e retenção
  - 3.10.4. Proatividade e inovação
- 3.11. Motivação
  - 3.11.1. A natureza da motivação
  - 3.11.2. Teoria das expectativas
  - 3.11.3. Teorias de necessidades
  - 3.11.4. Motivação e compensação financeira
- 3.12. *Marca do empregador*
  - 3.12.1. *Employer branding* em Recursos Humanos
  - 3.12.2. *Personal Branding* para profissionais de Recursos humanos
- 3.13. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho
  - 3.13.1. Equipes de alto desempenho: equipes autogerenciadas
  - 3.13.2. Metodologias para gerenciar equipes autogerenciadas de alto desempenho
- 3.14. Desenvolvimento da competência gerencial
  - 3.14.1. O que são competências gerenciais?
  - 3.14.2. Elementos de competências
  - 3.14.3. Conhecimentos
  - 3.14.4. Habilidades gerenciais
  - 3.14.5. Atitudes e valores dos gerentes
  - 3.14.6. Habilidades de gestão
- 3.15. Gestão do tempo
  - 3.15.1. Benefícios
  - 3.15.2. Quais podem ser as causas da má administração do tempo?
  - 3.15.3. Tempo
  - 3.15.4. As ilusões do tempo
  - 3.15.5. Atenção e memória
  - 3.15.6. Estado mental
  - 3.15.7. Gestão do tempo
  - 3.15.8. Proatividade
  - 3.15.9. Seja claro quanto ao objetivo
  - 3.15.10. Ordem
  - 3.15.11. Planejamento
- 3.16. Gestão de mudanças
  - 3.16.1. Gestão de mudanças
  - 3.16.2. Tipo de processos de gerenciamento de mudanças
  - 3.16.3. Estágios ou fases do gerenciamento de mudanças
- 3.17. Negociação e gestão de conflitos
  - 3.17.1. Negociação
  - 3.17.2. Gestão de conflitos
  - 3.17.3. Gestão de crises
- 3.18. Comunicação gerencial
  - 3.18.1. Comunicação interna e externa no ambiente de negócios
  - 3.18.2. Departamento de Comunicação
  - 3.18.3. O responsável pela comunicação da empresa O perfil do Dircom
- 3.19. Gestão de Recursos Humanos e Equipes de Prevenção de Riscos Ocupacionais
  - 3.19.1. Gestão de recursos humanos e equipes
  - 3.19.2. Prevenção de Riscos Ocupacionais
- 3.20. Produtividade, atração, retenção e ativação de talentos
  - 3.20.1. Produtividade
  - 3.20.2. Alavancas de atração e retenção talentos

- 3.21. Compensação monetária x não monetária
  - 3.21.1. Compensação monetária x não monetária
  - 3.21.2. Modelos de faixas salariais
  - 3.21.3. Modelos de compensação não monetária
  - 3.21.4. Modelos de trabalho
  - 3.21.5. Comunidade corporativa
  - 3.21.6. Imagem da empresa
  - 3.21.7. Salário emocional I
- 3.22. Inovação na gestão de talento e de pessoas
  - 3.22.1. Inovação nas organizações
  - 3.22.2. Novos desafios para o departamento de Recursos Humanos
  - 3.22.3. Gestão da inovação
  - 3.22.4. Ferramentas para a Inovação
- 3.23. Gestão do conhecimento e do talento
  - 3.23.1. Gestão do conhecimento e do talento
  - 3.23.2. Implementação da gestão do conhecimento
- 3.24. Transformação de Recursos Humanos na Era Digital
  - 3.24.1. O contexto socioeconômico
  - 3.24.2. Novas formas de organização empresarial
  - 3.24.3. Novas metodologias

## Módulo 4. Gestão econômico-financeira

- 4.1. Ambiente Econômico
  - 4.1.1. Ambiente macroeconômico e o sistema financeiro nacional
  - 4.1.2. Instituições financeiras
  - 4.1.3. Mercados financeiros
  - 4.1.4. Ativos financeiros
  - 4.1.5. Outras entidades do setor financeiro
- 4.2. O financiamento da empresa
  - 4.2.1. Fontes de financiamento
  - 4.2.2. Tipos de custo no financiamento

- 4.3. Contabilidade Gerencial
  - 4.3.1. Conceitos básicos
  - 4.3.2. Os ativos da empresa
  - 4.3.3. Os passivos da empresa
  - 4.3.4. O patrimônio líquido da empresa
  - 4.3.5. A demonstração de resultados
- 4.4. Da contabilidade geral à contabilidade de custos
  - 4.4.1. Elementos de cálculo de custos
  - 4.4.2. Gastos em geral e contabilidade de custos
  - 4.4.3. Classificação dos custos
- 4.5. Sistemas de informação e *Business Intelligence*
  - 4.5.1. Fundamentos e classificação
  - 4.5.2. Fases e métodos de alocação de custos
  - 4.5.3. Escolha do centro de custo e efeito
- 4.6. Orçamento e controle de gestão
  - 4.6.1. O modelo orçamentário
  - 4.6.2. O orçamento do capital
  - 4.6.3. O orçamento operacional
  - 4.6.5. O orçamento de caixa
  - 4.6.6. Controle orçamentário
- 4.7. Gestão de tesouraria
  - 4.7.1. Fundo de manobra contábil e capital de giro necessário
  - 4.7.2. Cálculo dos requisitos operacionais de fundos
  - 4.7.3. *Credit management*
- 4.8. Responsabilidade fiscal das empresas
  - 4.8.1. Conceitos fiscais básicos
  - 4.8.2. Imposto de renda corporativo
  - 4.8.3. Imposto sobre o valor agregado
  - 4.8.4. Outros impostos relacionados a à atividade comercial
  - 4.8.5. As empresas como facilitadoras do trabalho do Estado

- 4.9. Sistemas de controles das empresas
  - 4.9.1. Análise das demonstrações financeiras
  - 4.9.2. O balanço da empresa
  - 4.9.3. A conta de lucros e perdas
  - 4.9.4. A demonstração de fluxos de caixa
  - 4.9.5. Análise de proporção
- 4.10. Gestão Financeira
  - 4.10.1. As decisões financeiras da empresa
  - 4.10.2. O departamento financeiro
  - 4.10.3. Excedentes de caixa
  - 4.10.4. Riscos associados à gestão financeira
  - 4.10.5. Gerenciamento de riscos da gestão financeira
- 4.11. Planejamento Financeiro
  - 4.11.1. Definição de planejamento financeiro
  - 4.11.2. Ações a serem tomadas no planejamento financeiro
  - 4.11.3. Criação e estabelecimento da estratégia de negócios
  - 4.11.4. O quadro *Cash Flow*
  - 4.11.5. Balanced Scorecard
- 4.12. Estratégia financeira corporativa
  - 4.12.1. Estratégia corporativa e fontes de financiamento
  - 4.12.2. Produtos financeiros de financiamento empresarial
- 4.13. Contexto macroeconômico
  - 4.13.1. Contexto macroeconômico
  - 4.13.2. Indicadores econômicos
  - 4.13.3. Mecanismos de monitoramento de magnitudes macroeconômicas
  - 4.13.4. Os ciclos econômicos
- 4.14. Financiamento estratégico
  - 4.14.1. Autofinanciamento
  - 4.14.2. Aumento dos fundos próprios
  - 4.14.3. Recursos híbridos
  - 4.14.4. Financiamento por meio de intermediários

- 4.15. Mercados financeiros e de capitais
  - 4.15.1. Mercado monetário
  - 4.15.2. Mercado de renda fixa
  - 4.15.3. Mercado de Renda Variável
  - 4.15.4. O mercado de divisas estrangeiras
  - 4.15.5. A Bolsa de Derivativos
- 4.16. Análise e planejamento financeiro
  - 4.16.1. Análise de balanço
  - 4.16.2. Análise da demonstração de resultados
  - 4.16.3. Análise da rentabilidade
- 4.17. Análise e resolução de casos/problemas
  - 4.17.1. Informações financeiras da Industria de Design e Têxtil, S.A. (INDITEX)

## Módulo 5. Gestão operacional e logística

- 5.1. Direção e gestão de operações
  - 5.1.1. O papel das operações
  - 5.1.2. O impacto das operações na gestão de negócios
  - 5.1.3. Introdução à estratégia de operações
  - 5.1.4. Gestão de operações
- 5.2. Organização industrial e logística
  - 5.2.1. Departamento de Organização Industrial
  - 5.2.2. Departamento de Logística
- 5.3. Estrutura e tipos de produção (MTS, MTO, ATO, ETO,.)
  - 5.3.1. Sistemas de produção
  - 5.3.2. Estratégia de produção
  - 5.3.3. Sistemas de gestão de inventário
  - 5.3.4. Indicadores de produção
- 5.4. Estrutura e tipos de suprimentos
  - 5.4.1. Função do aprovisionamento
  - 5.4.2. Gerenciamento de aquisições
  - 5.4.3. Tipos de compra
  - 5.4.4. Gerenciamento de compras de uma empresa com eficiência
  - 5.4.5. Estágios do processo de decisão de compra

- 5.5. Controle econômico das compras
  - 5.5.1. Influência econômico das compras
  - 5.5.2. Centro de custos
  - 5.5.3. Orçamentos
  - 5.5.4. Orçamento x gasto real
  - 5.5.5. Ferramentas de controle orçamentário
- 5.6. Controle das operações de armazéns
  - 5.6.1. Controle de inventário
  - 5.6.2. Sistema de localização
  - 5.6.3. Técnicas de gestão de estoque
  - 5.6.4. Sistemas de armazenamento
- 5.7. Gestão estratégica de compras
  - 5.7.1. Estratégia Empresarial
  - 5.7.2. Planejamento estratégico
  - 5.7.3. Estratégia de compras
- 5.8. Tipologia da cadeia de abastecimentos
  - 5.8.1. Cadeia de abastecimento
  - 5.8.2. Benefícios do gerenciamento da cadeia de suprimentos
  - 5.8.3. Cadeia de abastecimento
- 5.9. *Supply chain management*
  - 5.9.1. Gerenciamento da cadeia de suprimentos
  - 5.9.2. Custos e eficiência da cadeia de operações
  - 5.9.3. Padrões de demanda
  - 5.9.4. Estratégia e mudança de operações
- 5.10. Interações do SCA com todas as áreas
  - 5.10.1. Interação da cadeia de abastecimentos
  - 5.10.2. Interação da cadeia de abastecimentos. Integração por partes
  - 5.10.3. Problemas de integração da cadeia de abastecimentos
  - 5.10.4. Cadeia de abastecimento 4,0.
- 5.11. Custos da logística
  - 5.11.1. Custos logísticos
  - 5.11.2. Problemas de custos logísticos
  - 5.11.3. Otimização dos custos logísticos
- 5.12. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas: KPIS
  - 5.12.1. Cadeia logística
  - 5.12.2. Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas
  - 5.12.3. Indicadores Rentabilidade e eficiência das cadeias logísticas
- 5.13. Gestão de processos
  - 5.13.1. A gestão dos processos
  - 5.13.2. Abordagem baseada em processos: mapeamento de processos
  - 5.13.3. Melhorias na gestão de processos
- 5.14. Distribuição e logística transporte
  - 5.14.1. Distribuição na cadeia de suprimentos
  - 5.14.2. Logística de transporte
  - 5.14.3. Sistemas de informações geográficas como suporte à logística
- 5.15. Logística e clientes
  - 5.15.1. Análise da demanda
  - 5.15.2. Previsão de demanda e vendas
  - 5.15.3. Planejamento de vendas e operações
  - 5.15.4. Planejamento participativo, previsão e reabastecimento
- 5.16. Logística internacional
  - 5.16.1. Processos de exportação e importação
  - 5.16.2. Alfândega
  - 5.16.3. Formas e meios de pagamento internacional
  - 5.16.4. Plataformas logísticas internacionais
- 5.17. *Outsourcing* de operações
  - 5.17.1. Gestão de Operações e *Outsourcing*
  - 5.17.2. Implementação do *outsourcing* em ambientes logísticos
- 5.18. Competitividade nas operações
  - 5.18.1. Gestão de operações
  - 5.18.2. Competitividade operacional
  - 5.18.3. Estratégia de operações e vantagens competitivas

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

## Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação

- 6.1. Meios tecnológicos
  - 6.1.1. Tecnologia e globalização
  - 6.1.2. Ambiente econômico e tecnologia
  - 6.1.3. Ambiente tecnológico e seu impacto nas empresas
- 6.2. Sistemas e tecnologias de informação nos negócios
  - 6.2.1. Evolução do modelo de TI
  - 6.2.2. Organização e departamento de TI
  - 6.2.3. Tecnologia da informação e ambiente econômico
- 6.3. Estratégia corporativa e estratégia tecnológica
  - 6.3.1. Criação de valor para clientes e acionistas
  - 6.3.2. Decisões estratégicas SI/TI
  - 6.3.3. Estratégia corporativa vs. tecnologia e estratégia digital
- 6.4. Gestão de Sistemas de Informação
  - 6.4.1. Governança corporativa de tecnologia e sistemas de informação
  - 6.4.2. Gerenciamento de sistemas de informação nas empresas
  - 6.4.3. Gestores de sistemas de informações especializadas: papéis e funções
- 6.5. Planejamento estratégico de sistemas de informação
  - 6.5.1. Sistemas de informação e estratégia corporativa
  - 6.5.2. Planejamento estratégico de sistemas de informação
  - 6.5.3. Fases do planejamento estratégico dos sistemas de informação
- 6.6. Sistemas de informação para a tomada de decisões
  - 6.6.1. *Business intelligence*
  - 6.6.2. *Data Warehouse*
  - 6.6.3. BSC ou Balanced Scorecard
- 6.7. Explorando informações
  - 6.7.1. SQL: Bases de dados relacional. Conceitos básicos
  - 6.7.2. Redes e comunicações
  - 6.7.3. Sistema operacional: modelos de dados padronizados
  - 6.7.4. Sistema estratégico: OLAP, modelo multidimensional e *Dashboards* gráficos
  - 6.7.5. Análise estratégica do BD e composição do relatório
- 6.8. *Business Intelligence* empresarial
  - 6.8.1. O mundo dos dados
  - 6.8.2. Conceitos relevantes
  - 6.8.3. Principais características
  - 6.8.4. Soluções no mercado atual
  - 6.8.5. Arquitetura geral de uma solução BI
  - 6.8.6. Ciber-segurança em BI e Data Science
- 6.9. Novo conceito empresarial
  - 6.9.1. Por que a BI?
  - 6.9.2. Obtenção da Informação
  - 6.9.3. BI nos diferentes departamentos da empresa
  - 6.9.4. Razões para investir em BI
- 6.10. Ferramentas e soluções de BI
  - 6.10.1. Como escolher a melhor ferramenta?
  - 6.10.2. Microsoft Power BI, MicroStrategy e Tableau
  - 6.10.3. SAP BI, SAS BI e Qlikview
  - 6.10.4. Prometeus
- 6.11. Planejamento e gestão do Projeto BI
  - 6.11.1. Primeiros passos para definir um projeto de BI
  - 6.11.2. Solução BI para sua empresa
  - 6.11.3. Requisitos e objetivos
- 6.12. Aplicações de gestão corporativa
  - 6.12.1. Sistemas de informação e Gestão corporativa
  - 6.12.2. Aplicações para a gestão corporativa
  - 6.12.3. Sistemas *Enterprise Resource Planning* ou ERP

- 6.13. Transformação Digital
  - 6.13.1. Estrutura conceitual para transformação digital
  - 6.13.2. Transformação digital; elementos-chave, benefícios e desvantagens
  - 6.13.3. Transformação digital nas empresas
- 6.14. Tecnologias e tendências
  - 6.14.1. Principais tendências em tecnologia que estão mudando os modelos de negócios
  - 6.14.2. Análise das principais tecnologias emergentes
- 6.15. *Outsourcing* de TI
  - 6.15.1. Estrutura conceitual do *outsourcing*
  - 6.15.2. *Outsourcing* e seu impacto nos negócios
  - 6.15.3. Fatores-chave para a implementação de um sistema corporativo de *outsourcing* de TI

## Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégica e Comunicação Corporativa

- 7.1. Gestão Comercial
  - 7.1.1. Estrutura conceitual para Gestão Comercial
  - 7.1.2. Estratégia e Planejamento Comercial
  - 7.1.3. A função dos gerentes comerciais
- 7.2. Marketing
  - 7.2.1. Conceito de Marketing
  - 7.2.2. Noções básicas de marketing
  - 7.2.3. Atividades de marketing da empresa
- 7.3. Gestão estratégica de Marketing
  - 7.3.1. Conceito de marketing estratégico
  - 7.3.2. Conceito de planejamento estratégico de marketing
  - 7.3.3. Etapas do processo de planejamento estratégico de marketing
- 7.4. Marketing digital e e-commerce
  - 7.4.1. Objetivos do marketing digital e comércio eletrônico
  - 7.4.2. Marketing digital e mídia utilizada
  - 7.4.3. Comércio eletrônico Contexto geral
  - 7.4.4. Categoria: do comércio eletrônico
  - 7.4.5. Vantagens e desvantagens do *E-Commerce* em relação ao comércio tradicional

- 7.5. *Managing digital business*
  - 7.5.1. Estratégia competitiva diante do aumento da digitalização da mídia
  - 7.5.2. Projeto e criação de um plano de Marketing Digital
  - 7.5.3. Análise do ROI em um plano de Marketing Digital
- 7.6. Marketing digital para fortalecer a marca
  - 7.6.1. Estratégias online para melhorar a reputação de sua marca
  - 7.6.2. *Branded Content & Storytelling*
- 7.7. Estratégia de Marketing Digital
  - 7.7.1. Definir a estratégia de Marketing Digital
  - 7.7.2. Ferramentas de estratégia de marketing digital
- 7.8. Marketing digital para atrair e reter clientes
  - 7.8.1. Estratégias de fidelização e engajamento via internet
  - 7.8.2. *Visitor Relationship Management*
  - 7.8.3. Hipersegmentação
- 7.9. Gerenciamento de campanhas digitais
  - 7.9.1. O que é uma campanha de publicidade digital?
  - 7.9.2. Etapas para lançar uma campanha de marketing online
  - 7.9.3. Erros em campanhas de publicidade digital
- 7.10. Plano de marketing online
  - 7.10.1. O que é um plano de marketing online?
  - 7.10.2. Etapas para criar um plano de marketing online
  - 7.10.3. Vantagens de ter um plano de marketing online
- 7.11. Blended marketing
  - 7.11.1. O que é *Blended Marketing*?
  - 7.11.2. Diferenças entre marketing online e offline
  - 7.11.3. Aspectos a serem levados em conta na estratégia de *Blended Marketing*
  - 7.11.4. Características de uma estratégia de *Blended Marketing*
  - 7.11.5. Recomendações em *Blended Marketing*
  - 7.11.6. Benefícios do *Blended Marketing*
- 7.12. Estratégia de Vendas
  - 7.12.1. Estratégia de Vendas
  - 7.12.2. Métodos de Vendas

- 7.13. Comunicação Corporativa
  - 7.13.1. Conceito
  - 7.13.2. Importância da comunicação na organização
  - 7.13.3. Tipo da comunicação nas organizações
  - 7.13.4. Funções da comunicação na organização
  - 7.13.5. Elementos da comunicação
  - 7.13.6. Problemas de comunicação
  - 7.13.7. Cenários de comunicação
- 7.14. Estratégia de Comunicação Corporativa
  - 7.14.1. Programas de motivação, ação social, participação e treinamento com Recursos Humanos
  - 7.14.2. Ferramentas de comunicação interna e mídia
  - 7.14.3. O plano de comunicação interna
- 7.15. Comunicação e reputação digital
  - 7.15.1. Reputação online
  - 7.15.2. Como medir a reputação digital?
  - 7.15.3. Ferramentas de reputação online
  - 7.15.4. Relatório de reputação online
  - 7.15.5. *Branding* online

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

- 8.1. Pesquisa de mercado
  - 8.1.1. Pesquisa de mercado: origem histórica
  - 8.1.2. Análise e evolução da estrutura conceitual da pesquisa de mercado
  - 8.1.3. Elementos-chave e contribuição de valor da pesquisa de mercado
- 8.2. Métodos e Técnicas de Pesquisa Quantitativa
  - 8.2.1. Tamanho da amostra
  - 8.2.2. Amostragem
  - 8.2.3. Tipos de técnicas quantitativas
- 8.3. Métodos e Técnicas de Pesquisa qualitativas
  - 8.3.1. Tipos de pesquisa qualitativa
  - 8.3.2. Técnicas de pesquisa qualitativa





- 8.4. Segmentação de Mercado
  - 8.4.1. Conceito de segmentação de mercados
  - 8.4.2. Utilidade e requisitos de segmentação
  - 8.4.3. Segmentação de mercados de consumo
  - 8.4.4. Segmentação de mercado industriais
  - 8.4.5. Estratégias de segmentação
  - 8.4.6. A segmentação baseada em critérios do marketingmix
  - 8.4.7. Metodologia de segmentação de mercado
- 8.5. Gestão de Projetos de Pesquisa
  - 8.5.1. A pesquisa de mercado como um processo
  - 8.5.2. Fases de planejamento na pesquisa de mercado
  - 8.5.3. Fases de execução na pesquisa de mercado
  - 8.5.4. Gestão de Projetos de Pesquisa
- 8.6. Pesquisa de mercado internacional
  - 8.6.1. Pesquisa de mercado internacional
  - 8.6.2. Processo da pesquisa de mercados internacionais
  - 8.6.3. A importância das fontes secundárias na pesquisa de mercado internacional
- 8.7. Os estudos de viabilidade
  - 8.7.1. Conceito e utilidade
  - 8.7.2. Esboço de um estudo de viabilidade
  - 8.7.3. Desenvolvimento de um estudo de viabilidade
- 8.8. Propaganda
  - 8.8.1. Contexto histórico da publicidade
  - 8.8.2. Estrutura conceitual da publicidade; princípios, conceito de *briefing* e posicionamento
  - 8.8.3. Agências de publicidade, agências de mídia e profissionais de publicidade
  - 8.8.4. Importância da publicidade nos negócios
  - 8.8.5. Tendências e desafios da publicidade
- 8.9. Desenvolvimento do plano de Marketing
  - 8.9.1. Conceito do plano de Marketing
  - 8.9.2. Análise e diagnóstico da situação
  - 8.9.3. Decisões estratégicas de marketing
  - 8.9.4. Decisões operacionais de marketing

- 8.10. Estratégias promocionais e Merchandising
  - 8.10.1. Comunicação de Marketing Integrado
  - 8.10.2. Plano de comunicação publicitária
  - 8.10.3. O *Merchandising* como técnica de comunicação
- 8.11. Planejamento da mídia
  - 8.11.1. Origem e evolução do planejamento de mídia
  - 8.11.2. Os meios de comunicação
  - 8.11.3. Plano de mídia
- 8.12. Fundamentos da Gestão Comercial
  - 8.12.1. A função da gerência comercial
  - 8.12.2. Sistemas de análise da situação comercial competitiva da empresa/mercado
  - 8.12.3. Sistemas de planejamento de negócios da empresa
  - 8.12.4. Principais estratégias competitivas
- 8.13. Negociações Comerciais
  - 8.13.1. Negociações Comerciais
  - 8.13.2. Questões psicológicas de negociação
  - 8.13.3. Principais métodos de negociação
  - 8.13.4. O processo de negociação
- 8.14. Tomada de Decisão em Gestão de Negócios
  - 8.14.1. Estratégia Comercial e Estratégia Competitiva
  - 8.14.2. Modelos de Tomada de Decisão
  - 8.14.3. Análise e ferramentas de tomada de decisão
  - 8.14.4. Comportamento humano na tomada de decisões
- 8.15. Direção e Gestão da Rede de Vendas
  - 8.15.1. Sales Management. Gestão de vendas
  - 8.15.2. Redes a Serviço da Atividade Comercial
  - 8.15.3. Políticas de seleção e capacitação de vendedores
  - 8.15.4. Sistemas de remuneração para redes comerciais próprias e externas
  - 8.15.5. Gerenciamento do processo comercial. Controle e assistência ao trabalho da equipe comercial com base nas informações
- 8.16. Implementação da Função Comercial
  - 8.16.1. Recrutamento de representantes de vendas próprios e agentes de vendas
  - 8.16.2. Controle da Atividade Comercial
  - 8.16.3. O código de ética para a equipe comercial
  - 8.16.4. Conformidade regulatória
  - 8.16.5. Padrões de conduta comercial geralmente aceitos
- 8.17. Gerenciamento de **Key Accounts**
  - 8.17.1. Conceito de gestão de contas-chave
  - 8.17.2. O *Key Account Manager*
  - 8.17.3. Estratégias de gestão de contas-chave
- 8.18. Gestão Financeira e Orçamentária
  - 8.18.1. Ponto de equilíbrio
  - 8.18.2. Desvios no orçamento de vendas. Controle do gerenciamento e do plano anual de vendas
  - 8.18.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas de negócios
  - 8.18.4. Gerenciamento de ciclo, rotações, lucratividade, lucratividade e liquidez
  - 8.18.5. Conta de resultados

## Módulo 9. Inovação e gestão de projetos

- 9.1. Inovação
  - 9.1.1. Introdução à inovação
  - 9.1.2. Inovação no ecossistema empresarial
  - 9.1.3. Instrumentos e ferramentas para o processo de inovação empresarial
- 9.2. Estratégia de Inovação
  - 9.2.1. Inteligência estratégica e inovação
  - 9.2.2. Estratégia de inovação
- 9.3. *Project Management para startups*
  - 9.3.1. Conceito de *startup*
  - 9.3.2. Filosofia *Lean Startup*
  - 9.3.3. Estágios no desenvolvimento de uma *startup*
  - 9.3.4. A função de um gerente de projeto em uma *startup*

- 9.4. Projeto e validação do modelo de negócios
  - 9.4.1. Estrutura conceitual de um modelo de negócios
  - 9.4.2. Validação do design dos modelos de negócios
- 9.5. Direção e Gestão de Projetos
  - 9.5.1. Direção e gerenciamento de projetos: Identificação de oportunidades para desenvolver projetos de inovação corporativa
  - 9.5.2. Principais estágios ou fases na liderança e gerenciamento de projetos de inovação
- 9.6. Gestão de mudanças em projetos: gestão da capacitação
  - 9.6.1. Conceito de gerenciamento de mudanças
  - 9.6.2. O processo de gerenciamento de mudanças
  - 9.6.3. Implementação da mudança
- 9.7. Gestão da comunicação de projetos
  - 9.7.1. Gestão das comunicações do projeto
  - 9.7.2. Conceitos-chave para o gerenciamento de comunicações
  - 9.7.3. Tendências emergentes
  - 9.7.4. Adaptação à equipe
  - 9.7.5. Planejamento da gestão das comunicações
  - 9.7.6. Gerenciando as comunicações
  - 9.7.7. Monitoramento de comunicações
- 9.8. Metodologias tradicionais e inovadoras
  - 9.8.1. Metodologias inovadoras
  - 9.8.2. Princípios básicos do Scrum
  - 9.8.3. Diferenças entre os principais aspectos do Scrum e das metodologias tradicionais
- 9.9. Criação de uma *startup*
  - 9.9.1. Criação de uma *startup*
  - 9.9.2. Organização e cultura
  - 9.9.3. As dez principais razões pelas quais fracassam as *startups*
  - 9.9.4. Aspectos legais

- 9.10. Planejamento de gerenciamento de risco dos projetos
  - 9.10.1. Planejar riscos
  - 9.10.2. Elementos para a criação de um plano de gerenciamento de riscos
  - 9.10.3. Ferramentas para criar um plano de gerenciamento de riscos
  - 9.10.4. Conteúdo do plano de gerenciamento de riscos

## Módulo 10. *Management Directivo*

- 10.1. *Management*
  - 10.1.1. Conceito de *Geral Management*
  - 10.1.2. A ação do Manager Geral
  - 10.1.3. O Gerente Geral e suas funções
  - 10.1.4. Transformando o trabalho de gestão
- 10.2. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
  - 10.2.1. Gestores e suas funções A cultura organizacional e suas abordagens
- 10.3. Gestão operacional
  - 10.3.1. Importância da gestão
  - 10.3.2. A cadeia de valor
  - 10.3.3. Gestão de qualidade
- 10.4. Oratória e capacitação do porta-voz
  - 10.4.1. Comunicação interpessoal
  - 10.4.2. Habilidades de comunicação e influência
  - 10.4.3. Obstáculos à comunicação
- 10.5. Ferramentas de comunicação pessoal e organizacional
  - 10.5.1. Comunicação interpessoal
  - 10.5.2. Ferramentas de comunicação interpessoal
  - 10.5.3. Comunicação na organização
  - 10.5.4. Ferramentas na organização
- 10.6. Comunicação em situações de crise
  - 10.6.1. Crise
  - 10.6.2. Fases da crise
  - 10.6.3. Mensagens: conteúdo e momentos

- 10.7. Preparando um plano de crise
  - 10.7.1. Análise de problemas potenciais
  - 10.7.2. Planejamento
  - 10.7.3. Adequação de pessoal
- 10.8. Inteligência emocional
  - 10.8.1. Inteligência emocional e comunicação
  - 10.8.2. Assertividade, Empatia e Escuta Ativa
  - 10.8.3. Autoestima e comunicação emocional
- 10.9. *Branding* pessoal
  - 10.9.1. Estratégias para o branding pessoal
  - 10.9.2. Leis de branding pessoal
  - 10.9.3. Ferramentas pessoais de construção de marca
- 10.10. Liderança e gestão de equipes
  - 10.10.1. Liderança e estilos de liderança
  - 10.10.2. Habilidades e desafios de liderança
  - 10.10.3. Gestão de processos de Mudança
  - 10.10.4. Gestão de Equipes Multiculturais

### **Módulo 11. Escopo e cronograma do projeto**

- 11.1. Gestão de programas e portfólio de projetos
- 11.2. Gerenciamento do escopo do projeto
- 11.3. Levantamento de requisitos e escopo
- 11.4. Divisão do objetivo do projeto em atividades
- 11.5. Validar e controlar o escopo
- 11.6. Planejamento estratégico do tempo na gestão de projetos
- 11.7. Ciclos de vida do projeto
- 11.8. Planejamento eficiente do tempo e dos prazos
- 11.9. Ferramentas para a estimativa de tarefas
- 11.10. Execução e controle do cronograma

### **Módulo 12. Gestão econômica do projeto**

- 12.1. Plano financeiro
- 12.2. Modelo financeiro
- 12.3. Análise de viabilidade do projeto
- 12.4. Gerenciamento de sensibilidade do projeto
- 12.5. Gerenciamento do custo do projeto
- 12.6. Estimativa de custo do projeto
- 12.7. Controle de custos do projeto - EVM
- 12.8. Análise econômica das decisões
- 12.9. Ferramentas MsProject
- 12.10. Ferramentas e sistemas digitais para o gerenciamento de projetos

### **Módulo 13. Contratação e Qualidade do Projeto**

- 13.1. Planejamento de compras
- 13.2. Planejamento da busca de fornecedores
- 13.3. Gestão de relacionamento com fornecedores
- 13.4. Aspectos legais da contratação
- 13.5. Gestão e administração de contratos
- 13.6. Gestão de venda do projeto
- 13.7. Lean management
- 13.8. Técnicas de melhoria de processos
- 13.9. Gestão de qualidade total e gestão avançada de projetos
- 13.10. Ferramentas Lean para o gerenciamento de projetos

### **Módulo 14. Organização e projetos inovadores**

- 14.1. Gestão de mudanças organizacionais
- 14.2. A comunicação nas organizações
- 14.3. Pensamento criativo: inovação
- 14.4. Engenharia de processos e engenharia de produtos
- 14.5. Inteligência estratégica em inovação

- 14.6. *Entrepreneurship & innovation*
- 14.7. Lançamento e industrialização de novos produtos
- 14.8. Sistemas de gerenciamento de PD&I
- 14.9. Gestão e *management* de projetos I+D+i
- 14.10. Project Management para *startups*

## Módulo 15. Metodologias Ágeis

- 15.1. Introdução às metodologias ágeis
- 15.2. Ciclos de vida iterativos, adaptativos, preditivos e híbridos
- 15.3. Introdução ao Scrum
- 15.4. Gestão de equipes ágeis
- 15.5. Eventos de Scrum
- 15.6. Os artefatos do Scrum
- 15.7. Estimativa e planejamento ágil
- 15.8. Métricas
- 15.9. Ferramentas colaborativas
- 15.10. Agilidade Organizacional

## Módulo 16. PMO

- 16.1. Introdução ao Escritório de Gerenciamento de Projetos
- 16.2. Funções do Escritório de Gerenciamento de Projetos
- 16.3. Criando as condições para a mudança. Liderar a mudança organizacional
- 16.4. Visão e Estratégia do PMO
- 16.5. Desenho do modelo do PMO
- 16.6. Plano de recursos do PMO
- 16.7. Implementação do PMO
- 16.8. Operação e ferramentas do PMO
- 16.9. Cultura de Project Management e gestão do conhecimento na organização
- 16.10. PMO ágil

## Módulo 17. Gerenciamento dos riscos do projeto

- 17.1. Introdução ao Gerenciamento de Risco
- 17.2. Planejamento de gerenciamento de risco dos projetos
- 17.3. Identificação de riscos
- 17.4. Análise qualitativa dos riscos
- 17.5. Priorização dos riscos
- 17.6. Análise quantitativa dos riscos
- 17.7. Análise de cenários e planos de resposta ao risco
- 17.8. Implementando as respostas de risco
- 17.9. Monitoramento e controle de riscos
- 17.10. Lições aprendidas e gestão do conhecimento

## Módulo 18. Introdução à finanças do projetos

- 18.1. Introdução às finanças corporativas
- 18.2. Balanço financeiro e fluxo de caixa
- 18.3. O valor temporal do dinheiro e os fluxos de caixa descontados
- 18.4. A renda fixa e sua avaliação
- 18.5. A renda variável e sua avaliação
- 18.6. Critérios financeiros para investimento orçamento de capital
- 18.7. Análise de projetos
- 18.8. Risco e retorno: o custo do capital
- 18.9. Estrutura do passivo
- 18.10. Tesouraria e finanças internacionais

## Módulo 19. Introdução ao Design e Gestão de Projetos Tecnológicos e Gestão da Integração de Projetos de Tecnologia

- 19.1. Introdução à Gestão de Projetos Tecnológicos
  - 19.1.1. O papel do diretor de projetos
  - 19.1.2. Definição do projeto
  - 19.1.3. Estrutura organizativa
- 19.2. Gestão de projetos, gestão de programas e gestão de portfólio
  - 19.2.1. Portfólio, programas e projetos
  - 19.2.2. Gestão estratégica
- 19.3. Normas e melhores práticas para a gestão de projetos tecnológicos
  - 19.3.1. Prince 2
  - 19.3.2. PMP
  - 19.3.3. ISO 21500:2012
- 19.4. Influências organizacionais no design e gestão de projetos tecnológicos
  - 19.4.1. Fatores ambientais de uma empresa
  - 19.4.2. Ativos de processo em organizações
- 19.5. Processos de gestão de projetos de tecnologia
  - 19.5.1. Ciclo de vida de um projeto tecnológico
  - 19.5.2. Grupos de Processo:
  - 19.5.3. Dinâmica de grupos de processos
- 19.6. Elaboração da ata de constituição de projetos tecnológicos
  - 19.6.1. Definição da ata de constituição de projetos tecnológicos
  - 19.6.2. Ferramentas e técnicas
- 19.7. Desenvolvimento do plano para o design e gestão de projetos tecnológicos
  - 19.7.1. Definição do plano para o design e gestão de projetos tecnológicos
  - 19.7.2. Ferramentas e técnicas
- 19.8. Gestão do conhecimento de projetos tecnológicos
  - 19.8.1. Importância da gestão do conhecimento em projetos tecnológicos
  - 19.8.2. Ferramentas e técnicas
- 19.9. Monitoramento do trabalho dos projetos tecnológicos
  - 19.9.1. Acompanhamento e controle dos trabalhos
  - 19.9.2. Relatórios de monitoramento de projetos tecnológicos
  - 19.9.3. Ferramentas e técnicas

- 19.10. Controle integrado de mudanças em projetos tecnológicos
  - 19.10.1. Objetivos e benefícios do controle de mudanças em projetos
  - 19.10.2. O CCB (*Change Control Board*)
  - 19.10.3. Ferramentas e técnicas
- 19.11. Entrega e conclusão de projetos tecnológicos
  - 19.11.1. Objetivos e benefícios da conclusão de projetos
  - 19.11.2. Ferramentas e técnicas

## Módulo 20. Gestão do Escopo de Projetos Tecnológicos

- 20.1. Introdução à gestão do escopo
  - 20.1.1. Alcance do projeto
  - 20.1.2. Alcance do produto
- 20.2. Fundamentos da gestão de escopo
  - 20.2.1. Conceitos básicos
  - 20.2.2. Linha de base do alcance
- 20.3. Benefícios da gestão do escopo
  - 20.3.1. Gestão das expectativas das partes interessadas
  - 20.3.2. *Scoop Creep* e *Gold Plating*
- 20.4. Considerações para ambientes adaptativos
  - 20.4.1. Tipos de projetos adaptativos
  - 20.4.2. Definição do alcance em projetos adaptativos
- 20.5. Planejamento da gestão do escopo
  - 20.5.1. Plano de gestão de alcance
  - 20.5.2. Plano de gestão de requisitos
  - 20.5.3. Ferramentas e técnicas
- 20.6. Coleta de requisitos
  - 20.6.1. Coleta e negociação de requisitos
  - 20.6.2. Ferramentas e técnicas
- 20.7. Definição do escopo
  - 20.7.1. Descrição do escopo do projeto
  - 20.7.2. Ferramentas e técnicas

- 20.8. Criação da estrutura de desmembramento de trabalhos
  - 20.8.1. Estrutura Analítica do Trabalho (EAT)
  - 20.8.2. Tipos de EAT
  - 20.8.3. *Rolling Wave*
  - 20.8.2. Ferramentas e técnicas
- 20.9. Validação do escopo
  - 20.9.1. Qualidade Vs validação
  - 20.9.2. Ferramentas e técnicas
- 20.10. Controle do escopo
  - 20.10.1. Dados e informações de gestão de projetos
  - 20.10.2. Tipos de relatórios de desempenho dos trabalhos
  - 20.10.3. Ferramentas e técnicas

## Módulo 21. Gestão do Tempo de Projetos Tecnológicos

- 21.1. Estimativa da duração das tarefas do projeto
  - 21.1.1. Estimativa de três valores
    - 21.1.1.1. O mais provável (tM)
    - 21.1.1.2. Otimista (tO)
    - 21.1.1.3. Pessimista (tP)
  - 21.1.2. Estimativa análoga
  - 21.1.3. Estimativa paramétrica
  - 21.1.4. Estimativas ascendentes
  - 21.1.5. Tomada de decisões
  - 21.1.6. Opinião de especialistas
- 21.2. Definição das atividades e decomposição dos trabalhos do projeto
  - 21.2.1. Decomposição
  - 21.2.2. Definir as atividades
  - 21.2.3. Decomposição dos trabalhos do projeto
  - 21.2.4. Atributos da atividade
  - 21.2.5. Lista de marcos
- 21.3. Sequenciamento de atividades
  - 21.3.1. Lista de atividades
  - 21.3.2. Atributos das atividades
  - 21.3.3. Método de diagramação da proveniência
  - 21.3.4. Determinação e integração das dependências
  - 21.3.5. Avanços e atrasos
  - 21.3.6. Diagrama de rede do cronograma do projeto
- 21.4. Estimativa dos recursos das atividades
  - 21.4.1. Registro de suposições
  - 21.4.2. Lista de atividades
  - 21.4.3. Atributos das atividades
  - 21.4.4. Registro de suposições
  - 21.4.5. Registro das lições aprendidas
  - 21.4.6. Designações da equipe do projeto
  - 21.4.7. Estrutura de decomposição de recursos
- 21.5. Estimativa da duração as atividades
  - 21.5.1. Lei dos rendimentos decrescentes
  - 21.5.2. Número de recursos
  - 21.5.3. Avanços e tecnologia
  - 21.5.4. Motivação do pessoal
  - 21.5.5. Documentação do projeto
- 21.6. Desenvolvimento do cronograma
  - 21.6.1. Análise de rede do cronograma
  - 21.6.2. Método do caminho crítico
  - 21.6.3. Otimização de recursos
    - 21.6.3.1. Nivelamento de recursos
    - 21.6.3.2. Estabilização de recursos
  - 21.6.4. Avanços e atrasos
  - 21.6.5. Compressão do cronograma
    - 21.6.5.1. Intensificação
    - 21.6.5.2. Execução rápida
  - 21.6.6. Linha de base do Cronograma
  - 21.6.7. Cronograma do projeto
  - 21.6.8. Dados do cronograma
  - 21.6.9. Calendário do projeto

- 21.7. Tipos de relações e tipos de dependências entre todas as atividades do projeto
  - 21.7.1. Dependências obrigatórias
  - 21.7.2. Dependências discricionárias
    - 21.7.2.1. Lógica preferida
    - 21.7.2.2. Lógica preferencial
    - 21.7.2.3. Lógica soft
  - 21.7.3. Dependências externas
  - 21.7.4. Dependências internas
- 21.8. Software de gestão de tempo em projetos tecnológicos
  - 21.8.1. Análise de diferentes software
  - 21.8.2. Tipos de software
  - 21.8.3. Funcionalidades e coberturas
  - 21.8.4. Utilidade e vantagens
- 21.9. Controle do horário
  - 21.9.1. Informações sobre o desempenho do trabalho
  - 21.9.2. Previsões do cronograma
  - 21.9.3. Solicitações de mudança
  - 21.9.4. Atualização do plano de gestão do tempo
  - 21.9.4. Atualizações dos documentos do projeto
- 21.10. Recálculo dos tempos
  - 21.10.1. Caminho crítico
  - 21.10.2. Cálculo de tempos mínimos e máximos
  - 21.10.3. Folga de projeto
    - 21.10.3.1. O que é?
    - 21.10.3.2. Como utilizá-la?
  - 21.10.4. Folga total
  - 21.10.5. Folga Livre

## Módulo 22. Gestão dos Custos de Projetos Tecnológicos

- 22.1. O que é o plano de gestão de custos?
  - 22.1.1. Ferramentas e técnicas de planejamento
  - 22.1.2. Resultados do planejamento de custos

- 22.2. Estimativa de custos Tipos de estimativas Análise de reserva
  - 22.2.1. Informações úteis para a estimativa de custos
  - 22.2.2. Ferramentas e técnicas para a estimativa de custos
  - 22.2.3. Resultados da elaboração do orçamento de custos
- 22.3. Tipos de custos do projeto
  - 22.3.1. Custos diretos e indiretos
  - 22.3.2. Custos fixos e variáveis
- 22.4. Avaliação e seleção de projetos
  - 22.4.1. Dimensões financeiras de um projeto
  - 22.4.2. VAN
  - 22.4.3. TIR e RRN
  - 22.4.4. Prazo de recuperação ou *payback*
- 22.5. Definição do orçamento
  - 22.5.1. Informações úteis para a elaboração do orçamento do projeto
  - 22.5.2. Ferramentas e técnicas para a elaboração de orçamentos de custos
  - 22.5.3. Resultados da elaboração do orçamento do projeto
- 22.6. Projeções de custos
  - 22.6.1. Dados e informações de gestão de custos
  - 22.6.2. Tipos de relatórios de desempenho de custos
- 22.7. A técnica do valor agregado (EVM)
  - 22.7.1. Variáveis de base e variáveis de estado
  - 22.7.2. Prognóstico
  - 22.7.3. Técnicas e práticas emergentes
- 22.8. O fluxo de caixa do projeto
  - 22.8.1. Tipos de fluxo de caixa
  - 22.8.2. Estimativa de fluxo de caixa líquido associado a um projeto
  - 22.8.3. Preparação de fluxos de caixa
  - 22.8.4. Aplicação de risco ao fluxo de caixa
- 22.9. Controle de custos
  - 22.9.1. Objetivos e benefícios do controle de Custos
  - 22.9.2. Ferramentas e técnicas

**Módulo 23. Gestão da Qualidade de Projetos Tecnológicos**

- 23.1. Importância da gestão da qualidade em projetos
  - 23.1.2. Conceitos fundamentais
  - 23.1.3. Diferença entre qualidade e grau
  - 23.1.4. Precisão
  - 23.1.5. Exatidão
  - 23.1.6. Métricas
- 23.2. Teóricos da qualidade
  - 23.2.1. Edwards Deming
    - 23.2.1.1. Ciclo de *Shewart- Deming (Plan Do - Check- Act)*
  - 23.2.2. Melhoria contínua
  - 23.2.3. Joseph Juran Princípio de Pareto
    - 23.2.3.1. Teoria da adequação ao uso
  - 23.2.4. Teoria da gestão da qualidade total
  - 23.2.5. Kaoru Ishikawa (Espinha de peixe)
  - 23.2.6. Philip Crosby (custo de baixa qualidade)
- 23.3. Normas: ISO 21500
  - 23.3.1. Introdução
  - 23.3.2. Antecedentes e história
  - 23.3.3. Objetivos e características
  - 23.3.4. Grupo de Processos - Grupo de Assuntos
  - 23.3.5. ISO 21500 vs. PMBok
  - 23.3.6. O futuro da norma
- 23.4. Tendências e práticas emergentes na gestão de qualidade
  - 23.4.1. Conformidade de políticas e auditoria
  - 23.4.2. Normas e conformidade
  - 23.4.3. Melhoria contínua
  - 23.4.4. Envolvimento dos *stakeholders* (interessados)
  - 23.4.5. Retrospectivas recorrentes
  - 23.4.6. Retrospectivas posteriores
- 23.5. Planejamento da gestão de qualidade
  - 23.5.1. Análise de custo-benefício
  - 23.5.2. Análise de decisões de múltiplos critérios
  - 23.5.3. Planejamento de testes e inspeção
  - 23.5.4. Diagrama de fluxo
  - 23.5.5. Modelo lógico de dados
  - 23.5.6. Diagrama matricial
  - 23.5.7. Dígrafos de inter-relações
- 23.6. Custos de conformidade e incumprimento de qualidade
  - 23.6.1. Custos de cumprimento
  - 23.6.2. Custos de incumprimento ou não conformidade
  - 23.6.3. Custos de prevenção
  - 23.6.4. Custos de avaliação
  - 23.6.5. Falhas internas
  - 23.6.6. Falhas externas
  - 23.6.7. Custo marginal de qualidade
  - 23.6.8. Qualidade ótima
- 23.7. Gestão da qualidade
  - 23.7.1. Listas de verificação
  - 23.7.2. Análise de alternativas
  - 23.7.3. Análise de documentos
  - 23.7.4. Análise do processo
  - 23.7.5. Análise causa raiz
  - 23.7.6. Diagramas de causa- efeito
  - 23.7.7. Histogramas
  - 23.7.8. Diagramas de dispersão
  - 23.7.9. Design para X
  - 23.7.10. Métodos de melhoria da qualidade

- 23.8. Auditorias de qualidade
  - 23.8.1. O que é uma auditoria interna de qualidade
  - 23.8.2. Diferentes tipos de auditorias
  - 23.8.3. Objetivos de uma auditoria interna
  - 23.8.4. Benefícios das auditorias internas
  - 23.8.5. Atores envolvidos na auditoria interna
  - 23.8.6. Procedimento de uma auditoria interna
- 23.9. Controle de qualidade
  - 23.9.1. Folhas de verificação
  - 23.9.2. Amostragem estatística
  - 23.9.3. Questionários e pesquisas
  - 23.9.4. Avaliações de desempenho
  - 23.9.5. Inspeção
  - 23.9.6. Testes/avaliações de produtos
  - 23.9.7. Retrospectivas e lições aprendidas

## Módulo 24. Gestão dos Recursos de Projetos Tecnológicos

- 24.1. Responsabilidades e papel dos recursos humanos do projeto
  - 24.1.1. Diretor do Projeto
  - 24.1.2. Patrocinador
  - 24.1.3. Diretor funcional
  - 24.1.4. Diretor do Programa
  - 24.1.5. Diretor de Portfólio
  - 24.1.6. Membros da equipe
- 24.2. Gestão de recursos tecnológicos
  - 24.2.1. O que são os recursos tecnológicos?
  - 24.2.2. Otimização
  - 24.2.3. Valorização
  - 24.2.4. Proteção

- 24.3. Planejamento de gestão de recursos humanos e estimativa de recursos de atividades
  - 24.3.1. Plano de gestão de recursos
    - 24.3.1.1. Representação de dados
    - 24.3.1.2. Teoria da organização
  - 24.3.2. Requisitos de recursos
  - 24.3.3. Base de estimativas
  - 24.3.4. Estrutura de decomposição de recursos
  - 24.3.5. Atualizações dos documentos em matéria de recursos
- 24.4. Diferentes poderes do diretor de projetos
  - 24.4.1. Poder e influência
  - 24.4.2. Poder de recompensa
  - 24.4.3. Poder de punição
  - 24.4.4. Poder especializado
  - 24.4.5. Poder de referência
  - 24.4.6. Poder formal
  - 24.4.7. Exercícios práticos sobre como utilizar os diferentes poderes do diretor de projeto
- 24.5. Aquisição da equipe adequada para o nosso projeto
  - 24.5.1. O que é aquisição da equipe?
  - 24.5.2. Meios de aquisição da equipe
    - 24.5.2.1. Contratação
    - 24.5.2.2. Subcontratação
  - 24.5.3. Tomada de decisões
    - 24.5.3.1. Disponibilidade
    - 24.5.3.2. Custos
    - 24.5.3.3. Experiência
    - 24.5.3.4. Habilidades
    - 24.5.3.5. Conhecimentos
    - 24.5.3.6. Capacidades
    - 24.5.3.7. Atitudes
    - 24.5.3.8. Fatores internacionais
  - 24.5.4. Pré-alocação
  - 24.5.5. Equipes virtuais

- 24.6. Desenvolvimento de habilidades interpessoais (soft skills):
  - 24.6.1. Liderança
  - 24.6.2. Motivação
  - 24.6.3. Comunicação
  - 24.6.4. Influência
  - 24.6.5. Facilitação de grupos
  - 24.6.6. Criatividade
  - 24.6.7. Inteligência emocional
  - 24.6.8. Tomada de decisões
- 24.7. Desenvolvimento da equipe de projeto
  - 24.7.1. Reconhecimento e recompensas
    - 24.7.1.2. Pré-condições a serem cumpridas para aplicá-lo
    - 24.7.1.3. Criar um sistema de reconhecimento e recompensa
  - 24.7.2. Capacitação
  - 24.7.3. *Co-localização* (tight-matrix)
  - 24.7.4. Tecnologia das comunicações
  - 24.7.5. Atividades de Desenvolvimento do Espírito de Equipe (*Team Bulding*)
- 24.8. Gestão da equipe de projeto. Avaliações de desempenho, gestão da equipe de projeto
  - 24.8.1. Planejamento
  - 24.8.2. Tipos avaliações
    - 24.8.2.1. Avaliações pessoais. Avaliações de 360°
    - 24.8.2.2. Avaliações de equipes
  - 24.8.3. Definição de variáveis
  - 24.8.4. Projeto do sistema de avaliação de desempenho
  - 24.8.5. Implantação e capacitação de avaliadores
- 24.9. Técnicas de Gestão e Resolução de Conflitos
  - 24.9.1. Quais são os conflitos de um projeto? Tipos
  - 24.9.2. Cooperar e resolver problemas (*Collaborate/Problem Solve*)
  - 24.9.3. Compromisso/consentimento (*compromise/reconcile*)
  - 24.9.4. Afastar-se/evitar (*withdraw/avoid*)
  - 24.9.5. Suavizar acomodar (*smooth/accommodate*)
  - 24.9.6. Forçar/orientar (*force/direct*)
  - 24.9.7. Exercícios práticos sobre quando usar cada técnica de resolução de conflitos

- 24.10. Tendências e práticas emergentes na gestão de recursos de projetos tecnológicos
  - 24.10.1. Métodos para a gestão de recursos
  - 24.10.2. Inteligência Emocional (IE)
  - 24.10.3. Equipes auto-organizadas
  - 24.10.4. Equipes Virtuais/Equipes Distribuídas
  - 24.10.5. Considerações para a adaptação
  - 24.10.6. Considerações para ambientes ágeis/adaptativos

## Módulo 25. Gestão da comunicação e partes interessadas (*Stakeholders*) de Projetos Tecnológicos

- 25.1. Planejamento de gestão de comunicações
  - 25.1.1. Por que é importante um plano de gestão de comunicações?
  - 25.1.2. Introdução à gestão das comunicações
  - 25.1.3. Análise e requisitos de comunicações
  - 25.1.4. Dimensões das comunicações
    - 25.1.4.1. Técnicas e ferramentas
- 25.2. Habilidades de comunicação
  - 25.2.1. Emissão consciente
  - 25.2.2. Escuta dinâmica
  - 25.2.3. Empatia
  - 25.2.4. Evite gestos ruins
  - 25.2.5. Ler e escrever
  - 25.2.6. Respeito
  - 25.2.7. Persuasão
  - 25.2.8. Credibilidade
- 25.3. Comunicação eficaz/eficiente e tipos de comunicação
  - 25.3.1. Definição
  - 25.3.2. Comunicação eficaz
  - 25.3.3. Comunicação eficiente
  - 25.3.4. Comunicação formal
  - 25.3.5. Comunicação informal
  - 25.3.6. Comunicação escrita
  - 25.3.7. Comunicação verbal
  - 25.3.8. Exercícios práticos sobre o uso de tipos de comunicação em um projeto

- 25.4. Gestão e controle das comunicações
  - 25.4.1. Gestão das comunicações do projeto
  - 25.4.2. Modelos de comunicação
  - 25.4.3. Métodos de comunicação
  - 25.4.4. Canal de comunicação de um projeto
- 25.5. Tendências e práticas emergentes na gestão de comunicação
  - 25.5.1. Avaliação dos estilos de comunicação
  - 25.5.2. Consciência política
  - 25.5.3. Consciência cultural
  - 25.5.4. Tecnologia das comunicações
- 25.6. Identificação e análise das partes interessadas (*stakeholders*)
  - 25.6.1. Por que é importante gestionar *stakeholders*?
  - 25.6.2. Análise e registro de *stakeholders*
  - 25.6.3. Interesses e preocupações dos *stakeholders*
  - 25.6.4. Considerações para ambientes ágeis e adaptativos
- 25.7. Planejamento da gestão das partes interessadas (*stakeholders*)
  - 25.7.1. Estratégias adequadas de gestão
  - 25.7.2. Ferramentas e técnicas
- 25.8. Gestão do engajamento das partes interessadas (*stakeholders*). Estratégia de gestão
  - 25.8.1. Métodos para incrementar o apoio e minimizar a resistência
  - 25.8.2. Ferramentas e técnicas
- 25.9. Acompanhamento do engajamento das partes interessadas (*stakeholders*)
  - 25.9.1. Relatório de desempenho dos *stakeholders*
  - 25.9.2. Ferramentas e técnicas

## Módulo 26. Gestão de Aquisições de Projetos Tecnológicos

- 26.1. Introdução à gestão de aquisições
  - 26.1.1. Definição de contrato
  - 26.1.2. Marco legal para as aquisições
- 26.2. Conceitos básicos
  - 26.2.1. Definição de contrato
  - 26.2.2. O diretor de projeto e o contrato
  - 26.2.3. Atividades principais
  - 26.2.4. Contratação centralizada e descentralizada
- 26.3. Gestão de Compras: Benefícios
  - 26.3.1. Definição da estratégia de aquisições
  - 26.3.2. Tipos de Estratégias
- 26.4. Aquisições em ambientes adaptativos
- 26.5. Tipos de contrato
  - 26.5.1. Contratos de preço fixo
  - 26.5.2. Contratos de custos reembolsáveis
  - 26.5.3. Contratos de tempo e materiais
- 26.6. Documentação de aquisições
  - 26.6.1. Tipos de documentos no marco de uma aquisição
  - 26.6.2. Fluxo de documentos na gestão de aquisições
- 26.7. Negociação de fornecedores
  - 26.7.1. Objetivos da negociação com os fornecedores
  - 26.7.2. Técnicas de negociação com fornecedores
- 26.8. Planejamento da gestão de aquisições
  - 26.8.1. Plano de gestão de aquisições
  - 26.8.2. Ferramentas e técnicas

- 26.9. Efetuar as aquisições
  - 26.9.1. Busca, seleção e avaliação de ofertas
  - 26.9.2. Ferramentas e técnicas
  - 26.9.3. Matriz de ponderação das ofertas
- 26.10. Acompanhamento e controle das aquisições
  - 26.10.1. Pontos de acompanhamento e controle de aquisições por tipo de contrato
  - 26.10.2. Ferramentas e técnicas

## Módulo 27. Certificação PMP® ou CAPM® e Código de Ética Tendências e Práticas Emergentes na Gestão de Projetos Tecnológicos

- 27.1. O que é PMP®, CAPM® e PMI®?
  - 27.1.1. O que é o PMP®
  - 27.1.2. CAPM®
  - 27.1.3. PMI®
  - 27.1.4. PMBok
- 27.2. Vantagens e benefícios da obtenção da certificação PMP® e CAPM®
  - 27.2.1. Técnicas e dicas para passar no exame de certificação PMP® e CAPM® (na primeira tentativa)
  - 27.2.2. PMI-ismos
- 27.3. Relatório de experiência profissional para o PMI® ( Design e Gestão de Projetos Tecnológicos Institute)
  - 27.3.1. Registrar-se como membro do PMI®
  - 27.3.2. Requisitos de acesso à certificação PMP® e CAPM®
  - 27.3.3. Análise da experiência profissional do aluno
  - 27.3.4. Modelo de ajuda para o relatório de experiência de trabalho do aluno
  - 27.3.5. Relatório de experiência do software PMI®
- 27.4. Exame de Certificação PMP® ou CAPM®
  - 27.4.1. Prova de Certificação PMP® ou CAPM®?
  - 27.4.2. Número de questões com e sem pontuações
  - 27.4.3. Duração da prova
  - 27.4.4. Umbral do aprovado
  - 27.4.5. Número de perguntas por grupo de processo
  - 27.4.6. Metodologia de classificação
- 27.5. Metodologias Ágeis
  - 27.5.1. Agilidade
  - 27.5.2. SCRUM
  - 27.5.3. Kanban
  - 27.5.4. Lean
  - 27.5.5. Comparativo com as certificações PMI®
- 27.6. Desenvolvimento de *software* em metodologias ágeis
  - 27.6.1. Análise dos diferentes *softwares* disponíveis no mercado
  - 27.6.2. Vantagens e benefícios
- 27.7. Vantagens e limitações da implantação de metodologias ágeis em seus projetos tecnológicos
  - 27.7.1. Vantagens
  - 27.7.2. Limites
  - 27.7.3. Metodologias ágeis vs. ferramentas tradicionais
- 27.8. Código de Ética na gestão de seus projetos
  - 27.8.1. Responsabilidades
  - 27.8.2. Respeito
  - 27.8.3. Imparcialidade

# 04

## Objetivos de ensino

Por meio desse programa exclusivo da TECH, os especialistas terão uma sólida compreensão da Gestão de Projetos Tecnológicos na Empresa. Eles também adquirirão uma ampla variedade de habilidades para a criação de propostas, desde sua concepção até o processo de implementação. Dessa forma, os profissionais terão os recursos de que precisam para dar um salto em sua carreira e levá-la para o próximo nível.



“

*Você controlará de forma otimizada o orçamento das iniciativas, garantindo o uso eficaz dos recursos financeiros disponíveis”*



## Objetivos gerais

---

- ♦ Definir as últimas tendências na gestão empresarial, levando em conta o ambiente globalizado que rege os critérios da alta administração.
- ♦ Desenvolver as principais habilidades de liderança que devem definir os profissionais que trabalham
- ♦ Elaborar estratégias para tomar decisões em ambientes complexos e instáveis
- ♦ Incentivar a criação de estratégias corporativas que definam o roteiro a ser seguido pela empresa para se tornar mais competitiva e atingir seus próprios objetivos
- ♦ Trabalhar de forma mais eficaz, mais ágil e mais alinhada com as novas tecnologias e ferramentas atuais
- ♦ Planejar estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão e a eficiência empresarial
- ♦ Adquirir as habilidades de comunicação necessárias para um líder empresarial a fim de conseguir que sua mensagem seja ouvida e compreendida pelos membros da sua comunidade
- ♦ Esclarecer o cenário econômico no qual a empresa se desenvolve e criar estratégias adequadas para se antecipar às mudanças
- ♦ Aplicar tecnologias de informação e comunicação às diferentes áreas da empresa
- ♦ Executar a estratégia de marketing que permite tornar o produto conhecido pelos clientes em potencial e gerar uma imagem adequada da empresa
- ♦ Estabelecer diretrizes adequadas para a adaptação da empresa às mudanças da sociedade
- ♦ Propor um modelo de negócios dinâmico que apoie seu crescimento em recursos inigualáveis
- ♦ Aumentar a sua empregabilidade
- ♦ Melhorar o nível salarial do profissional que obtém este título
- ♦ Ter o conhecimento de como gestionar uma empresa, assim como as pessoas em ambientes de grande incerteza
- ♦ Trabalhar de uma forma mais eficaz e ágil, além de estar bem alinhado com as novas tecnologias e ferramentas atuais
- ♦ Conhecer as principais questões legais ao redigir o contrato de um projeto
- ♦ Conhecer as melhores práticas para que sua equipe não apenas esteja envolvida, mas também comprometida com a mesma.
- ♦ Compreender a importância da responsabilidade social corporativa como parte essencial de qualquer projeto
- ♦ Priorizar e postergar projetos e ideias dentro de uma organização



## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Liderança, Ética e Responsabilidade Social da Empresa

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

### Módulo 2. Gestão estratégica e *Management* Diretivo

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

### Módulo 3. Gestão de pessoas e talentos

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

### Módulo 4. Gestão econômico-financeira

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

### Módulo 5. Gestão operacional e logística

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

### **Módulo 6. Gestão de Sistemas de Informação**

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

### **Módulo 7. Gestão Comercial, Marketing Estratégica e Comunicação Corporativa**

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

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

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

### **Módulo 9. Inovação e gestão de projetos**

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

### **Módulo 10. Management Directivo**

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

### **Módulo 11. Escopo e cronograma do projeto**

- ♦ Aprofundar a definição do escopo do projeto, garantindo que todos os aspectos sejam cobertos sem desvios de tempo ou recursos
- ♦ Desenvolver competências para gerenciar e controlar cronogramas de projetos, garantindo o cumprimento dos prazos estabelecidos

### **Módulo 12. Gestão econômica do projeto**

- ♦ Aprofundar o gerenciamento econômico de projetos, incluindo orçamento, gerenciamento de custos e alocação de recursos financeiros.
- ♦ Abordar a tomada de decisões financeiras em projetos para otimizar o uso de recursos e maximizar o retorno sobre o investimento

### **Módulo 13. Contratação e Qualidade do Projeto**

- ♦ Investigar o gerenciamento de contratos e o relacionamento com fornecedores e clientes, garantindo que os padrões de qualidade sejam atendidos nos projetos
- ♦ Adquirir habilidades para implementar controles de qualidade eficazes durante todas as fases do projeto

**Módulo 14. Organização e projetos inovadores**

- ♦ Aprofundar a estruturação e a organização de projetos inovadores que aumentem a competitividade e a eficiência organizacional
- ♦ na estruturação e organização de projetos inovadores que aumentem a competitividade e a eficiência da organização

**Módulo 15. Metodologias Ágeis**

- ♦ Lidar com metodologias ágeis, como Scrum e Kanban, para gerenciar projetos de forma eficiente e flexível
- ♦ Adquirir competências para implementar métodos ágeis para melhorar a produtividade e a adaptabilidade das equipes de trabalho

**Módulo 16. PMO**

- ♦ Analisar o gerenciamento e a supervisão de um escritório de gestão de projetos, garantindo o alinhamento dos projetos com os objetivos estratégicos da empresa
- ♦ Implementar as melhores práticas de gerenciamento de projetos, padronizando processos e melhorando o desempenho organizacional.

**Módulo 17. Gerenciamento dos riscos do projeto**

- ♦ Desenvolver competências na identificação, avaliação e atenuação de riscos em projetos
- ♦ Permitir a implementação de estratégias de gerenciamento de riscos para garantir o sucesso e a continuidade do projeto

**Módulo 18. Introdução à finanças do projetos**

- ♦ Aprofundar os fundamentos financeiros aplicados a projetos, incluindo avaliação de viabilidade e gerenciamento de recursos financeiros
- ♦ Ser capaz de calcular a rentabilidade dos projetos e garantir sua viabilidade econômica

**Módulo 19. Introdução ao Design e Gestão de Projetos Tecnológicos e Gestão da Integração de Projetos de Tecnologia**

- ♦ Aprofundar o gerenciamento de projetos tecnológicos, desde o planejamento até a integração de novas tecnologias aos processos existentes
- ♦ Elaborar e dirigir projetos de tecnologia, alinhando-os aos objetivos estratégicos da organização

**Módulo 20. Gestão do Escopo de Projetos Tecnológicos**

- ♦ Analisar a definição e o gerenciamento do escopo dos projetos de tecnologia, garantindo que os objetivos estabelecidos sejam atingidos sem desvios
- ♦ Desenvolver competências para gerenciar as expectativas dos *stakeholders* e os recursos do projeto

**Módulo 21. Gestão do Tempo de Projetos Tecnológicos**

- ♦ Aprofundar a gestão eficiente do tempo em projetos de tecnologia, incluindo planejamento de atividades e otimização de prazos
- ♦ Ser capaz de identificar gargalos e implementar soluções para garantir a entrega do projeto dentro do prazo

### Módulo 22. Gestão dos Custos de Projetos Tecnológicos

- ♦ Capacitar no planejamento e controle de custos em projetos de tecnologia, garantindo o cumprimento do orçamento alocado
- ♦ Monitorar os custos de forma otimizada e tomar decisões que manterão o projeto dentro dos limites financeiros estabelecidos

### Módulo 23. Gestão da Qualidade de Projetos Tecnológicos

- ♦ Aprofundar a implementação de controles de qualidade em projetos de tecnologia, garantindo que os produtos entregues atendam aos padrões estabelecidos
- ♦ Aprofundar a medição e a avaliação da qualidade em todas as fases do projeto

### Módulo 24. Gestão dos Recursos de Projetos Tecnológicos

- ♦ Examinar a alocação e o gerenciamento eficientes de recursos humanos, materiais e financeiros em projetos de tecnologia
- ♦ Otimizar o uso de recursos e garantir o sucesso do projeto a longo prazo

### Módulo 25. Gestão da comunicação e partes interessadas (Stakeholders) de Projetos Tecnológicos

- ♦ Desenvolver habilidades para gerenciar as comunicações dentro do projeto, garantindo que todas as partes interessadas recebam as informações necessárias.
- ♦ Obter uma capacitação no gerenciamento das expectativas dos *stakeholders*, alinhando seus interesses aos objetivos do projeto

### Módulo 26. Gestão de Aquisições de Projetos Tecnológicos

- ♦ Aprofundar na gestão de compras de projetos de tecnologia, garantindo que os fornecedores certos sejam selecionados e que os contratos sejam gerenciados de forma eficiente
- ♦ Explorar a negociação de acordos que favoreçam o sucesso do projeto





### Módulo 27. Certificação PMP® o CAPM® e Código de Ética Tendências e Práticas Emergentes na Gestão de Projetos Tecnológicos

- ♦ Aprofundar a preparação para a certificação PMP® ou CAPM® e a implementação de práticas éticas e sustentáveis no gerenciamento de projetos de tecnologia
- ♦ Desenvolver competências na adoção de tendências emergentes e práticas recomendadas que aprimorem o gerenciamento de projetos de tecnologia

“

*Você tem uma grande variedade de recursos de aprendizagem à sua disposição, acessíveis 24 horas por dia, 7 dias por semana”*

05

# Oportunidades profissionais

Após a conclusão deste programa em Gestão de Projetos de Tecnologia nas Empresas, os profissionais obterão uma sólida compreensão das metodologias e ferramentas essenciais para o planejamento, a execução e o monitoramento de projetos tecnológicos complexos. Além disso, os alunos projetarão e implementarão estratégias que otimizem os recursos e garantam o sucesso das iniciativas tecnológicas nas organizações. Dessa forma, os especialistas aumentarão suas perspectivas de carreira e assumirão funções especializadas, como a de Gerente de Projetos de Tecnologia.





“

*Você liderará os processos de Transformação Digital nas empresas, integrando tecnologias emergentes para otimizar os processos operacionais”*

### Perfil do aluno

O aluno do programa em Gestão de Projetos Tecnológicos em Empresas é um profissional altamente qualificado para planejar, executar e supervisionar projetos tecnológicos complexos. Possui um profundo conhecimento de metodologias ágeis, ferramentas digitais e estratégias de gerenciamento que otimizam os recursos e garantem o sucesso das iniciativas tecnológicas. Além disso, está preparado para liderar equipes multidisciplinares, colaborar com diferentes departamentos e atuar como um elo entre a tecnologia e os objetivos comerciais, promovendo a inovação e a eficiência organizacional.

*Você garantirá a segurança e a conformidade normativa em projetos de tecnologia, protegendo significativamente os ativos digitais.*

- ♦ **Gerenciamento de projetos e de tempo:** Uma competência essencial é a capacidade de planejar, organizar e gerenciar projetos de tecnologia de forma eficiente, incluindo gerenciamento de tempo, alocação de recursos e coordenação de equipes multidisciplinares para cumprir prazos e objetivos.
- ♦ **Pensamento crítico e resolução de problemas:** Os profissionais desenvolvem a capacidade de analisar situações complexas, identificar desafios tecnológicos e comerciais e gerar soluções inovadoras e eficazes que otimizam os processos e garantem o sucesso dos projetos.
- ♦ **Competência digital avançada:** No contexto atual, é essencial que os profissionais dominem as ferramentas digitais e as tecnologias emergentes, desde o software de gerenciamento de projetos até as plataformas de análise de dados, para otimizar a execução e o monitoramento de projetos de tecnologia.
- ♦ **Pensamento estratégico:** Desenvolver a capacidade de alinhar projetos de tecnologia com os objetivos estratégicos da empresa, identificando oportunidades de inovação e garantindo que as iniciativas contribuam para o crescimento e a sustentabilidade da organização.





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

- 1. Diretor de Projetos de Tecnologia:** Especialista no gerenciamento e na direção de projetos de tecnologia na empresa, assegurando o alinhamento com os objetivos estratégicos e garantindo a entrega bem-sucedida dentro do prazo e do orçamento
- 2. Gerente de inovação:** Profissional responsável por liderar iniciativas de inovação tecnológica, desenvolvendo e aplicando novas soluções para melhorar os processos, produtos e serviços da organização.
- 3. Coordenador de implementação de tecnologia:** Especialista em coordenar a implementação de novas tecnologias e sistemas, garantindo sua integração efetiva à infraestrutura e à funcionalidade operacional existentes
- 4. Consultor de gerenciamento de projetos de tecnologia:** Assessora as empresas no planejamento, execução e otimização de seus projetos tecnológicos, melhorando a eficiência, reduzindo custos e garantindo o cumprimento dos objetivos estabelecidos.
- 5. Analista de projetos de tecnologia:** Responsável por avaliar e analisar o desempenho de projetos de tecnologia, identificando áreas de melhoria e fornecendo recomendações para otimizar recursos e resultados
- 6. Especialista em metodologias ágeis:** Especialista na aplicação de metodologias ágeis para gerenciamento de projetos, facilitando a adaptabilidade, a colaboração e a eficiência em ambientes dinâmicos e mutáveis.
- 7. Gerente de Tecnologia da Informação:** Responsável por supervisionar e dirigir as operações de TI, alinhando as iniciativas tecnológicas às necessidades comerciais e garantindo a continuidade dos negócios.
- 8. Gestor de Transformação Digital:** Profissional que lidera processos de transformação digital na empresa, integrando tecnologias emergentes para otimizar processos, melhorar a competitividade e promover a inovação.
- 9. Coordenador de Segurança de Projetos de Tecnologia:** Responsável por garantir a segurança e conformidade regulamentar em projetos de tecnologia, protegendo os ativos digitais e minimizando os riscos de segurança cibernética
- 10. Gerente de desenvolvimento de software:** Especialista em liderar equipes de desenvolvimento de software, garantindo a entrega de produtos de alta qualidade que atendam às necessidades comerciais e às expectativas dos clientes

06

# Metodologia de estudo

A TECH é a primeira universidade do mundo a unir a metodologia dos **case studies** com o **Relearning**, um sistema de aprendizado 100% online baseado na repetição guiada.

Essa estratégia de ensino inovadora foi projetada para oferecer aos profissionais a oportunidade de atualizar conhecimentos e desenvolver habilidades de forma intensiva e rigorosa. Um modelo de aprendizagem que coloca o aluno no centro do processo acadêmico e lhe dá o papel principal, adaptando-se às suas necessidades e deixando de lado as metodologias mais convencionais.



“

*A TECH prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira”*

## O aluno: a prioridade de todos os programas da TECH

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

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

“

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



## Os programas de ensino mais abrangentes do mundo

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

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

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

“

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

## Case studies ou Método de caso

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

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

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



## Método Relearning

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

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

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

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



## Um Campus Virtual 100% online com os melhores recursos didáticos

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

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

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

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



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

### A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

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

## A metodologia universitária mais bem avaliada por seus alunos

Os resultados desse modelo acadêmico inovador podem ser vistos nos níveis gerais de satisfação dos alunos da TECH.

A avaliação dos alunos sobre a qualidade do ensino, a qualidade dos materiais, a estrutura e os objetivos do curso é excelente. Não é de surpreender que a instituição tenha se tornado a universidade mais bem avaliada por seus alunos de acordo com o índice global score, obtendo 4,9 de 5 pontos.

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

*Você poderá aprender com as vantagens do acesso a ambientes de aprendizagem simulados e com a abordagem de aprendizagem por observação, ou seja, aprender com um especialista.*



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



#### Material de estudo

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

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



#### Práticas de aptidões e competências

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



#### Resumos interativos

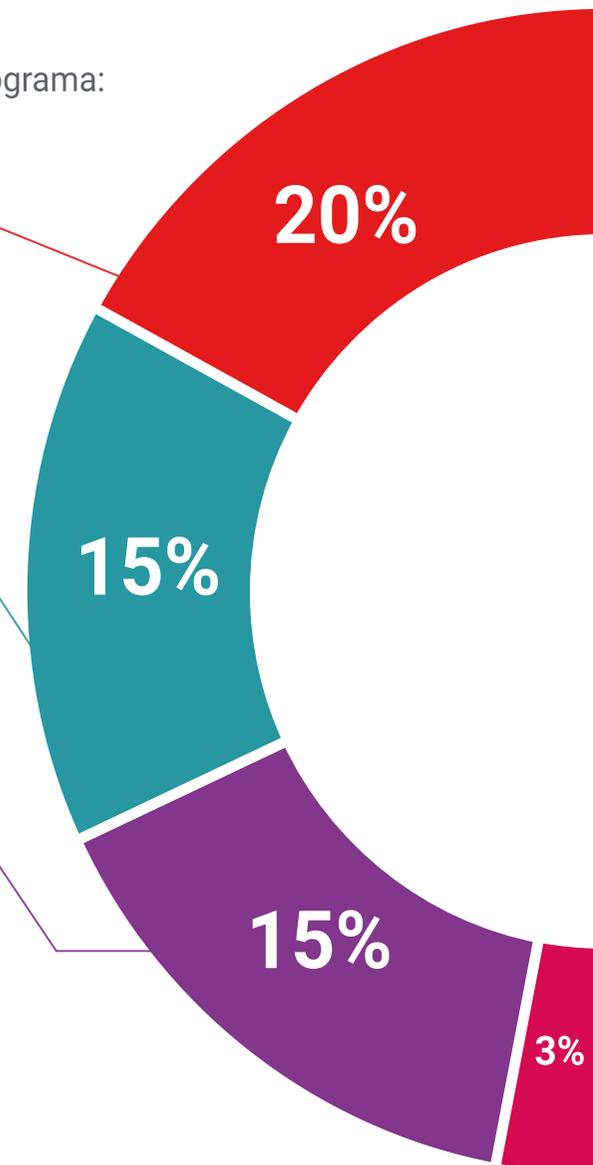
Apresentamos os conteúdos de forma atraente e dinâmica em pílulas multimídia que incluem áudio, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais com o objetivo de reforçar o conhecimento.

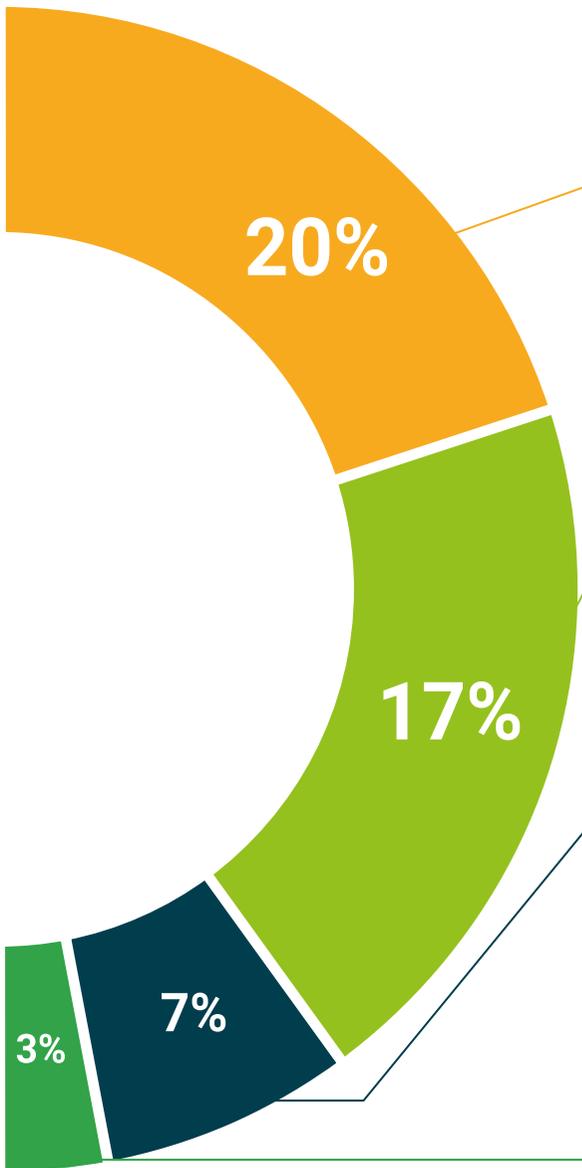
Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



#### Leituras complementares

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





#### Case Studies

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



#### Testing & Retesting

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



#### Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.  
O *Learning from an expert* fortalece o conhecimento e a memória, e aumenta nossa confiança para tomar decisões difíceis no futuro.



#### Guias rápidos de ação

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



07

# Equipe de professores

Fiel à sua filosofia de oferecer os cursos universitários mais atualizados e completos no cenário acadêmico, a TECH seleciona cuidadosamente seu corpo docente. Para esse programa, a empresa reuniu os principais especialistas na área de Gerenciamento de Projetos de Tecnologia em Empresas. Esses profissionais têm um extenso histórico, no qual desenvolveram muitas soluções inovadoras para ajudar as instituições a melhorar seus processos operacionais e garantir sua sustentabilidade a longo prazo. Dessa forma, os alunos desfrutarão de uma experiência imersiva que lhes permitirá dar um salto significativo em suas carreiras.





“

*Você terá o apoio da equipe de professores, formada por verdadeiros especialistas em Gestão de Projetos Tecnológicos nas Empresas”*

## Diretor Internacional Convidado

Com uma longa carreira voltada para o ensino superior, J. Michael DeAngelis trabalhou como **radialista, roteirista e ator**. Depois de ocupar vários cargos acadêmicos na Universidade da Pensilvânia, ele foi nomeado **Diretor Associado de Comunicações e Tecnologia** da instituição norte-americana. Lá, ele é responsável pela produção e apresentação do podcast semanal de notícias **CS Radio**. Além disso, ele é cocriador do podcast de comédia **Mission: Rejected**, no qual ele dirige, escreve e produz.

Ao longo de sua carreira, ele trabalhou para estações de televisão e **rádio** educacionais locais nas seções de notícias. Além disso, depois de se formar na Muhlenberg College em **Artes Cênicas**, ele ocupou o cargo de diretor da **The Porch Room**, uma empresa de produção de podcast, filmes e teatro. Com tudo isso, teve a oportunidade de exercer diferentes funções no campo da **comunicação** e do **entretenimento**. Também trabalhou na frente e atrás dos microfones em notícias e entretenimento.

Em particular, com o surgimento dos **podcasts** e seu crescimento contínuo, esse especialista se especializou na criação e produção desse tipo de conteúdo de áudio. Por meio delas, e graças à sua experiência como ator, ele consegue transmitir aos ouvintes não apenas informações e histórias, mas também emoções por meio de sua voz.

Por outro lado, DeAngelis foi reconhecido em várias ocasiões por seu trabalho teatral. Sua peça *Drop* foi premiada no **Samuel French Off-Off Broadway Short Play Festival** em 2009. No mesmo ano, ele ganhou o **Premio Perry** da **Associação de Teatros Comunitários de Nova Jersey (NJACT)** pela melhor produção de uma peça original por *Accidents Happen*. Ao mesmo tempo, sua excelente carreira o levou a se tornar um membro da **Dramatist Guild of America**.



## Sr. J. Michael DeAngelis

---

- Diretor de Comunicações e Tecnologia, Universidade da Pensilvânia, EUA
- Diretor da produtora The Porch Room
- Apresentador do podcast semanal de notícias CS Radio
- Locutor e *Podcaster*
- Prêmio Perry do NJACT
- Formado em Artes Cênicas pela Muhlenberg College
- Formado em Performance e Crítica Teatral pela Goldsmiths College, Universidade de Londres
- Membro: Associação de Dramaturgos da América

“

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

## Diretora Internacional Convidada

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

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

Jennifer Dove demonstrou seu compromisso com o desenvolvimento profissional contínuo, participando ativamente de redes de profissionais de **Recursos Humanos** e contribuindo para o recrutamento de vários funcionários em diferentes empresas. Depois de se formar em **Comunicação Organizacional** pela Universidade de Miami, ela ocupou cargos de recrutamento sênior em empresas de diversas áreas.

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



## Sra. Jennifer Dove

---

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

“

*Uma experiência de  
capacitação única,  
fundamental e decisiva para  
impulsionar seu crescimento  
profissional”*

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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



## Sr. Rick Gauthier

---

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

“

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

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



## Sr. Romi Arman

---

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



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

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



## Sr. Manuel Arens

---

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

“

*Escolha a TECH! Você poderá acessar os melhores materiais didáticos, na vanguarda da tecnologia e da educação, implementados por especialistas de renome internacional na área”*

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

Por outro lado, em empresas como a  **Calvin Klein** ou o  **Gruppo Coin**, ele realizou projetos para impulsionar a  **estrutura, o desenvolvimento e a comercialização** de diferentes coleções. Ao mesmo tempo, foi encarregado de criar  **calendários eficazes** para as  **campanhas** de compra e venda. Ele também foi responsável pelos  **termos, custos, processos e prazos de entrega** de várias operações.

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



## Sr. Andrea La Sala

---

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

“

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

## Diretor Internacional Convidado

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

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

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

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



## Sr. Michk Gram

---

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

“

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

## Diretor Internacional Convidado

Scott Stevenson é um ilustre especialista no setor de **Marketing Digital** que, há mais de 19 anos, está ligado a uma das empresas mais poderosas do setor de entretenimento, **Warner Bros. Discovery**. Nessa função, ele desempenhou um papel fundamental na **supervisão de logística e fluxos de trabalho criativo** em várias plataformas digitais, incluindo mídia social, pesquisa, exibição e mídia linear.

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

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

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



## Sr. Scott Stevenson

---

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

“

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

## Diretora Internacional Convidada

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

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

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

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



## Sra. Wendy Thole-Muir

---

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

“

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

## Direção



### Dra. Brunil Dalila Romero Mariño

- ♦ Doutorado em Tecnologias da Informação e Comunicação
- ♦ Doutorado em Tecnologias da Informação e Comunicação, Universidade de Granada (UGR), Espanha
- ♦ Administradora de Base de Dados, Associação OCREM, Granada
- ♦ Consultor de Projetos de *Software* e Arquitetura Tecnológica para diferentes empresas em Venezuela
- ♦ Professora universitária de Ciência da Computação no Departamento de Processos e Sistemas da Universidade Simón Bolívar (USB), Venezuela
- ♦ Pesquisador em Engenharia de *Software* e áreas relacionadas no Departamento de Processos e Sistemas da USB, Venezuela
- ♦ Tutora de estágio na USB, Venezuela
- ♦ Professora universitária de Ciência da Computação na Escola de Engenharia de Sistemas da Universidad Bicentennial de Aragua (UBA), Venezuela
- ♦ Diretora da Escola de Eletrônica e Coordenadora da Comissão de Projetos de Graduação Especial do Instituto Universitário de Tecnologia Antonio José de Sucre (UTS), Venezuela
- ♦ Engenheira de sistemas da UBA, Venezuela
- ♦ Especialista em Comunicações e Redes de Comunicação de Dados da Universidade Central da Venezuela (UCV)
- ♦ Mestrado em Engenharia de Sistemas, USB, Venezuela
- ♦ Membro Avaliador de projetos de doutorado da Universidade Americana da Europa (UNADE)



### **Sr. Carlos Pampliega**

- ♦ Responsável pelo Escritório de Gestão de Projetos e Riscos, Consultor e Formador em diferentes Universidades e Escolas de Negócios
- ♦ Diretor do Curso de Gestão de Projetos Escola de Negócios CEU Castilla y León
- ♦ Diretor da PMI Castilla y León Branch
- ♦ Membro ativo do PMI-Madrid Spain Chapter
- ♦ Membro do Conselho Editorial da revista científica Building & Management.
- ♦ Membro do Comitê de Juizes do PMO Global Alliance Awards
- ♦ Arquiteto especializado em Gerenciamento de Projetos e Riscos
- ♦ Certified Associate in Risk Management pela George Washington University
- ♦ Certificado Project Management Professional (PMP)
- ♦ Certificado como Scrum Master Profissional por Scrum.org

## **Professores**

### **Dr. Salvador Roji Ferrari**

- ♦ Especialista em Contabilidade e Finanças
- ♦ Autor de diversos livros de finanças da empresa
- ♦ Doutor em Contabilidade e Finanças pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Formado em Jornalismo pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Mestrado em Ciências das finanças, Universidade de Maryland & Baltimore
- ♦ Mestrado em Administração de Empresas (MBA) pela Universidade de Maryland & Baltimore

08

# Certificação

O Advanced Master em Gestão de Projetos Tecnológicos em Empresas garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Advanced Master 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 **Advanced Master em Gestão de Projetos Tecnológicos em Empresas** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

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

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

**Título: Advanced Master em Gestão de Projetos Tecnológicos em Empresas**

**Modalidade: online**

**Duração: 2 anos**



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



## Advanced Master Gestão de Projetos Tecnológicos em Empresas

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 anos
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

# Advanced Master

## Gestão de Projetos

### Tecnológicos em Empresas

