

Porquê fazer este Programa? Visão do Coordenador:

Vivemos numa era de profunda aceleração e desenvolvimento das estratégias de negócio em que a capacidade de adaptação é um fator crítico de sucesso. O surgimento de inúmeras tecnologias em diferentes vertentes permitem-nos abordar clientes de forma diferente, ir ao encontro das necessidades em real time e promover melhores níveis de satisfação e de customer experience.

É neste contexto que o programa que aqui se apresenta pretende criar valor.

O programa desenhado visa ir ao encontro das oportunidades e desafios que as novas tecnologias, designadamente ao nível de plataformas de informação e comunicação, cloud computing, inteligência artificial, IoT, aparecimento do 5G, entre outras, geram para o marketing e no impacto que têm na estratégia de desenvolvimento do negócio das empresas.

Numa expressão, este programa visa **“captar as oportunidades e mostrar os desafios que se colocam a uma nova era nos negócios”**.

Principais Benefícios

Trata-se de um programa inovador em Portugal, porquanto combina duas áreas vitais e decisivas para o desenvolvimento empresarial: por um lado o papel sempre renovado do marketing e por outro lado o surgimento de novas tecnologias e o seu resultante efeito acelerador sobre os negócios.

Destacamos os seguintes benefícios:

- A combinação, num único programa, da visão do marketing e do forte contributo de novas tecnologias na área dos negócios;
- Potencia a aquisição de conhecimentos sólidos sobre os novos aceleradores de negócio, analisando sempre que possível exemplos reais, nacionais e internacionais, e uma visão de best practices;
- Combina uma visão teórica dos temas com uma visão prática e de aplicabilidade ao mundo das empresas;
- Incorpora temas muito inovadores e recentes no panorama empresarial como sejam: inteligência artificial, blockchain, machine learning, IoT, 5G, entre outros, o que torna o programa muito atual e relevante do ponto de vista do contexto das economias atuais;
- Permite dotar os seus alunos de uma visão atual sobre tendências atuais e futuras e como incorporar nas suas empresas uma perspectiva de aceleração do seu negócio;
- Pretende incorporar e gerar ADN sobre os desafios que colocam ao marketing, o Future Marketing.

Objetivos do Programa (Conhecimentos e Competências):

Destacamos os seguintes objetivos que devem ser adquiridos pelos participantes neste programa:

- Promover o desenvolvimento de uma visão global do marketing e dos negócios reforçando conhecimentos em áreas analíticas e de suporte à tomada de decisão;
- Compreender os drivers essenciais no tema do desenvolvimento do negócio com a necessária visão dos desafios impostos pela transformação digital;
- Facilitar a aquisição de conhecimentos fundamentais para orientar estratégias de negócios e planos acionáveis, de forma a responder às necessidades do mercado atual e a antecipar tendências futuras;
- Criar competências ao nível das novas áreas de desenvolvimento tecnológico que se revelam como aceleradores de negócio e que devem ser incluídas nas empresas (Big data, machine learning, IoT, 5G, Inteligência Artificial, etc...);
- Antecipar as principais transformações nos modelos de negócio e ganhar valências para saber interiorizar alterações nos negócios/empresas onde trabalham.

Posicionamento:

Este programa foi desenhado para garantir que, no panorama nacional de oferta de programas executivos, assegura uma preocupação em 3 vetores essenciais: marketing, negócio e tecnologia.

Neste contexto, é um programa de aceleração empresarial e simultaneamente um forte incubador de novas perspectivas de desenvolvimento futuro dos seus participantes.

5 Fatores Inovadores:

Destacam-se os seguintes fatores inovadores deste programa:

- **Integrador** – tem por objetivo garantir uma abordagem inovadora de integração e combinação entre: marketing, negócio e tecnologia;
- **Visão de futuro** – incorpora as mais recentes tendências e os caminhos que a recente tecnologia possibilita para expandir os negócios;
- **Transformacional** – visa garantir aos seus participantes a vontade de encarar o contexto atual como repleto de oportunidades para novos negócios que a tecnologia atual e futura permite;
- **Atualidade** – pretende ser uma fonte de conhecimento de todas as mais recentes tecnologias de suporte ao desenvolvimento dos negócios e que permitem construir uma nova oferta de valor nas empresas;
- **Foco no Cliente** – pretende dar a forte perspectiva do quanto a tecnologia pode e deve ser posta ao serviço dos clientes e de um melhor *Customer Experience*.

5 Fatores de Diferenciação vs. A Concorrência:

Destacam-se os seguintes fatores diferenciadores:

- É um programa pioneiro em Portugal pela completude de áreas que integra e sobretudo com um forte cariz de atualidade;
- Agrega valências muito abrangentes entre marketing e tecnologia, decisivas para a aceleração dos negócios e, por isso, inovador;
- Junta o conhecimento e experiência do IPAM em marketing com o conhecimento e experiência da Universidade Europeia em negócios;
- O Corpo Docente manifesta-se como um factor diferenciador na medida em que pretende combinar o conhecimento teórico com uma forte perspectiva de experiência prática nas organizações;
- Apresenta de forma integrada 3 vertentes que concorrem para o mesmo fim nas organizações: marketing, negócios e tecnologia;

Público e Destinatários:

Este programa destina-se essencialmente a:

- Profissionais com atividade nas áreas do marketing e vendas dos mais diversos setores de atividade;
- Profissionais com atividade nas áreas de transformação, desenvolvimento digital e organização empresarial;
- Empresários que pretendem ter novos ângulos de análise e novas perspetivas para o desenvolvimento dos seus negócios;
- Profissionais que desenvolvem carreira numa área profissional em constante mudança, pretendendo diferenciarem-se pelas suas competências de interpretação das potencialidades que as novas tecnologias trazem aos negócios;
- Indivíduos com formação superior e que pretendem reforçar os seus conhecimentos na combinação de marketing, negócio e tecnologia que os poderá ajudar a clarificar novos caminhos de desenvolvimento futuro das suas carreiras.

Oportunidades Profissionais:

O programa foi desenhado para contribuir com o reforço de competências que possibilitem o desenvolvimento de carreiras nas seguintes áreas:

- Marketing;
- Áreas de gestão de negócio;
- Departamentos de transformação digital;
- Áreas de tecnologia e organização empresarial;

- Criação de novas áreas de negócio;
- Líderes de Projetos de Empreendedorismo e Inovação;
- Departamentos de Gestão de Clientes.

Programa:

ÁREAS	CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	SEMANAS/ ECTS
MARKETING & BUSINESS TECHNOLOGIES SUMMIT		Semana 1
Luis Costa: 2 horas		
MARKETING 4.0 AND BUSINESS STRATEGY Luis Schwab 3 Semanas 12 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Business Models and dynamic ecosystems • Marketing, digital transformation and customer centricity • Value, Co-creation, Value-in-use and value-in-context • Marketing and the organizational redesign • Competitiveness in digital age • Strategic analysis • Knowledge management and information systems • Innovation and Change management • Differentiation, positioning and brand identity • Marketing Plan • Customer journey and experience • Global Marketing 	Semana 1-3 3 ECTS
BUSINESS DEVELOPMENT AND DIGITAL TRANSFORMATION Paulo Nogueira Teixeira 3 Semanas 12 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Estratégia e Liderança Digital; • Inovação dos Modelos de Negócio; • Drivers da Vantagem Competitiva e Curva de Valor; • O Valor das Plataformas Digitais; • Transformação Digital; • Como Avaliar a Maturidade Digital das Organizações; • Modelos e "Frameworks"; • Disrupção Digital; • Empreendedorismo na Era Digital; • Prototipagem, MVP e Teste. 	Semana 4-6 3 ECTS
CLOUD COMPUTING, IOT AND 5G Filipe Caetano Pires 3 Semanas 12 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Computing on demand, also known as Cloud; • Cloud Computing as a Service; • Business Value and Cloud Computing; • Cloud computing landscape and perspectives. • Internet of (all) Things; • The ecosystem of Things; • IoT made real and the envisioned path. • Understanding 5G promises and expectations; • 5G a game changer for existing players; • Current status and prospective use cases; • What is in it for organizations: why/when to be prepared; • Cloud computing, 5G and IOT crossing paths. 	Semana 7-9 3 ECTS

<p>PAYMENTS, BLOCKCHAIN AND CRIPTOCURRENCIES</p> <p>João Caldeira</p> <p>3 Semanas</p> <p>12 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pagamentos Digitais: O Desafio da Invisibilidade <ul style="list-style-type: none"> ◦ O Problema do duplo pagamento ◦ Organizações nos mercados Digitais • O Ecosistema Blockchain <ul style="list-style-type: none"> ◦ Breve olhar sobre a Criptografia ◦ Algoritmos de "Mining e Consensus" ◦ Casos de Uso • Introdução às Criptomoedas <ul style="list-style-type: none"> ◦ Comprar, Vender e Guardar criptomoedas ◦ Software, Hardware & Mobile Wallets • O Futuro do "Self-Banking" e a Privacidade Digital • A Comunidade e a Regulação 	<p>Semana</p> <p>10-12</p> <p>3 ECTS</p>
<p>Professional Webinar: Entrepreneurship & Business Acceleration</p> <p>Miguel Ribeiro Ferreira e João Cortinhas: 1h</p>		<p>Semana 12</p>
<p>FINTECHS, MARKETPLACES AND ALTERNATIVE FINANCE</p> <p>Pedro Andrade</p> <p>3 Semanas</p> <p>12 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mudança de comportamentos nos consumidores cada vez mais digitais em todos os aspetos da sua vida; • Surgimento de novos modelos de negócio baseados na crowd/ shared/ gig economy; • Necessidade de mudança por parte das empresas, adaptação do modelo de negócio; • Fintech, concorrente ou aliado? Ameaça para os incumbentes; • Desenvolvimento de parcerias com Fintechs para criação de vantagens mútuas • Potenciar a desintermediação permitida pelos marketplaces chegando mais diretamente aos consumidores; • Potenciar os marketplaces para alargar a presença geográfica e desenvolver um DNA global; • Exemplos de sucesso em Portugal/ Europa e a nível global; • Usar a tecnologia para colher e ajudar a interpretar os dados dos consumidores para conhecer os seus hábitos, segmentar e comunicar da forma mais eficaz para cada segmento; • Apresentação dos riscos da aposta nas novas tecnologias, como terrorismo virtual, e a perda de credibilidade digital; • Alternativas ao funding tradicional • Onde encontrar crowdfunding, P2P e Business Angels; • Vantagens e riscos de novas formas de financiamento; • Qual o tipo de financiamento mais vantajoso? 	<p>Semana</p> <p>13-15</p> <p>3 ECTS</p>

MODELS AND DECISION IN BUSINESS ANALYTICS Luís Filipe Costa 3 Semanas 12 horas	<ul style="list-style-type: none"> Revisão da estatística descritiva; Desenvolvimento do conceito de probabilidade; Distribuições: Normal, Binomial, Exponential e suas aplicações; Estimação: Amostragem, intervalos de confiança e testes de hipóteses; Regressão: linear, variáveis dummie e aplicações; Otimização linear: otimização não linear; otimização discreta; Otimização dinâmica; árvores de decisão. 	Semana 16-18 3 ECTS
ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND BUSINESS ACCELERATION Luís Filipe Costa 3 Semanas 12 horas	<ul style="list-style-type: none"> Introdução ao tema da inteligência artificial, conceitos e fundamentos iniciais; A inteligência artificial e os desafios do marketing Utilização da inteligência artificial nas variáveis do Marketing Breve visão sobre as redes neuronais; Chatbots e utilização dos mesmos pelas empresas; Processamento linguagem natural nos negócios; Introdução da robótica nos negócios; A inteligência artificial em diferentes indústrias; Tendências futuras da Inteligência artificial. 	Semana 19-21 3 ECTS
BIG DATA AND MACHINE LEARNING Rui Mendes 3 Semanas 12 horas	<ul style="list-style-type: none"> Introduction to Data Science and Principles of Big Data Data Pre-processing and Preparation Data Quality and Transformation Big Data Analytics Big Data Frameworks (MapReduce, Hadoop e Spark) Basic concepts of Machine Learning and your Application Goals and Activities in the Machine Learning Process Supervised Learning (Classification e Regression) Unsupervised Learning (Clustering) Scaling Up Machine Learning Algorithms Business Benefits of Machine Learning with Big Data 	Semana 22-24 3 ECTS
Professional Webinar: Digital, Technology & Business Acceleration Francisco Sanches-Osório: 1h		Semana 24
CYBERSECURITY AND RISK MANAGEMENT Bruno Horta Soares 3 Semanas 12 horas	<ul style="list-style-type: none"> A evolução do contexto digital e das oportunidades e ameaças; A importância da Segurança, Privacidade e Ética para a Reputação e "Confiança digital" das Organizações; A análise de cenários e gestão de riscos na resposta às ciber-ameaças; Os fundamentos da Cibersegurança: âmbito, objetivos e responsabilidades; Boas práticas de Cibersegurança no contexto da governança e gestão da Informação e Tecnologias corporativas. 	Semana 25-27 3 ECTS

<p>DESIGN THINKING AND INNOVATION FOR BUSINESS</p> <p>Ronnie Figueiredo</p> <p>3 Semanas</p> <p>12 horas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender o que é Design Thinking e inovação; • Aprender os conceitos que orientam o Design Thinking; • Identificar necessidades do cliente e grupos de usuários; • Traduzir necessidades em especificações do produto; • Criar um protótipo; • Construir a arquitetura do produto; • Analisar a economia da inovação; • Escolher o processo de desenvolvimento para decisão; • Preparar o campo para apresentação; • Apresentar ideias finais, obter o feedback. 	<p>Semana</p> <p>28-30</p> <p>3 ECTS</p>
--	--	--

Metodologia Pedagógica

A metodologia pedagógica do programa assenta em três vetores:

- Apresentação e discussão dos conteúdos fundantes de cada módulo, os seus referenciais teóricos e os modelos mais atuais;
- Apresentação de case studies sempre que tal ajude na compreensão dos conceitos e das metodologias;
- Recurso ao conhecimento das ferramentas de suporte que permitem a aplicação prática dentro do nível de complexidade dado em cada módulo.

Metodologia de Avaliação

A metodologia de avaliação de cada módulo será realizada com base na construção e entrega de portfólio com recurso à realização de projetos em formato PBL (Project Based Learning) sob a orientação de cada docente.

Coordenação de Programa:

Luís Filipe Costa



Licenciado em Organização e Gestão de Empresas pela Universidade dos Açores em 1994. Tornou-se Técnico Oficial de Contas em 1998.

É pós-graduado em Gestão Estratégica para Executivos (1995), Finanças para Executivos (1996) e em Gestão de Instituições Financeiras da Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais da Universidade Católica Portuguesa (2002). Em 2003 concluiu o MBA em Gestão ministrado pelo ISEG e pela Universidade dos Açores. Entre 1994 e 2003 foi docente do Departamento de Economia e Gestão, na Universidade dos Açores. Participa regularmente em conferências nas áreas do marketing e liderança.

Desde 1994 trabalha também na área da banca desempenhando funções em diferentes áreas ao longo tempo: finanças empresariais, mercados de capitais marketing, CRM e informação de gestão. Atualmente no Santander Totta, onde desempenhou as funções de Responsável de Marketing (2016 a 2018), sendo hoje responsável de Segmentos e Análise de Mercado (desde 2019). É também docente em cursos de Pós Graduação no IPAM desde 2018.

Corpo Docente:

Luís Schwab

Experiência Profissional como diretor geral, diretor de marketing, diretor de vendas, Advisor área de compras, KAM e Gestor de projetos, nos setores de Biotecnologia, Cerâmica Utilitária e Decorativa, Retalho, Software e Consultoria.

Partner da Inov2win, Lda [Business Advisory in Client & Community Management; Business & Marketing Plan, Purchase and Sales].



PhD com especialização em Marketing pela Universidad Rey Juan Carlos [Madrid].

Mestrado em Gestão pela Universidade Católica Portuguesa.

MBA em International Business Universidade Católica Portuguesa.

Professor do IPAM, ocupando ou tendo ocupado cargos nos conselhos técnico-científicos e pedagógico, direção de mestrado e coordenação de Pós Graduações.

Docente Universitário, com 25 anos de experiência, lecionando ou tendo lecionado em mais de 8 instituições de ensino superior, em programas de Mestrados, Licenciaturas, cursos intraempresas e formação de executivos.

Paulo Nogueira Teixeira



O Paulo Teixeira está há 27 anos no setor financeiro, tendo iniciado esse percurso na indústria seguradora e posteriormente como Diretor Comercial no Banco Santander, desenvolvendo em especial competências comerciais e de liderança de equipas. Nos últimos anos esteve como Diretor de Marketing e atualmente desempenha funções de Financial Advisor no Private Banking. Licenciou-se em Gestão de Marketing pelo IPAM, Pós-Graduado em Marketing Digital e atualmente a preparar a tese de Mestrado em Gestão com Especialização em Digital Innovation na Católica

Lisbon Business & Economics.

Filipe Caetano Pires

Com uma Licenciatura em Gestão pela Universidade Nova de Lisboa e uma Pós Graduação em Arquitetura Empresarial pela Universidade de Lisboa/Instituto Superior Técnico, atualmente é responsável pela oferta de serviços de Internet e Voz B2C na Altice Portugal, após uma experiência vasta em várias funções no setor das telecomunicações.

João Caldeira

João Caldeira é um experiente Consultor de TI, Advisor e Formador, envolvido num largo número de projetos de TI a nível mundial, essencialmente nos sectores Bancário, Pagamentos, Telecomunicações e Retalho. É um entusiasta de tecnologias Blockchain e do seu valor disruptivo por via das aplicações descentralizadas, assim como um aficionado do ecossistema das criptomoedas.

Obteve uma Licenciatura e Mestrado na Universidade Nova de Lisboa (FCT/UNL) e é atualmente Investigador e Doutorando finalista no ISCTE-IUL, onde frequentemente leciona matérias relacionadas com a Conceção e Desenvolvimento de Sistemas de Informação e Metodologias de Investigação em Informática e Gestão.

Como Investigador ativo no grupo de Engenharia de Sistemas de Software no ISTAR-IUL, uma unidade de investigação dentro do ISCTE-IUL, lidera o ramo de investigação de Software Development Process Mining, combinando tecnologias de Big Data, Machine Learning e Process Mining na melhoria das práticas de desenvolvimento de software.

**Pedro Andrade**

Profissional com mais de 20 anos de experiência em diversos setores como Retalho Alimentar, Tecnologias de Informação e Banca, com um Mestrado em Gestão de Empresas pelo ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa e Licenciatura em Economia pelo ISEG - Universidade de Lisboa.

Bruno Horta Soares

Experiência profissional na indústria de serviços profissionais de assessoria, consultoria e auditoria, com especial relevância em projetos nos domínios da Transformação Digital Governance, Gestão, Risco e Segurança de Sistemas de Informação, tendo colaborado com os principais players de mercado em Portugal, Angola e Moçambique.

Iniciou a sua carreira profissional na Deloitte Consulting, tendo passado posteriormente pela área de Information Risk Management da KPMG e integrado em 2006 a divisão de Enterprise Risk Services da Deloitte. Em 2012 deixou a Deloitte para fundar a GOVaaS – Governance Advisors as-a-service, onde é atualmente Senior Advisor, e para se dedicar de forma entusiasta às atividades de ensino, formação e promoção das áreas relacionadas com a governança e gestão dos sistemas de informação. Atualmente colabora ativamente com um ecossistema de parceiros locais e internacionais, entre os quais a IDC Portugal onde é desde 2015 Leading Executive Advisor para as áreas de Digital Transformation, IT Strategy, Governance e Security.

É licenciado em Informática e Gestão de Empresas pelo ISCTE e pós-graduado em Gestão de Projetos pelo ISLA. Adicionalmente, tem as certificações profissionais: Project Management Professional (PMP®), do Project Management Institute (PMI); Certified Information Systems Auditor (CISA®), Certified in the Governance of Enterprise IT (CGEIT®) e Certified in Risk, Information Systems Control (CRISCTM) e COBIT® 5 Foundation do ISACA®; LEGO® Serious Play®, ISO 27001 Lead Auditor; ITIL® v 3 Foundation. É formador acreditado APMG para as certificações COBIT 5 e o Certificado de Competências Pedagógicas (n.ºEDF 480117/2008DL).

No contexto académico, é professor convidado em variadas Universidades Portuguesas de prestígio.

É Presidente fundador do ISACA Lisbon, Portugal Chapter, colaborador em várias associações profissionais e orador em diversas conferências e seminários locais e internacionais. Em 2019 recebeu o ISACA Global Achievement John Kuyers Award para Best Speaker.

Luís Filipe Costa

Licenciado em Organização e Gestão de Empresas pela Universidade dos Açores em 1994. Tornou-se Técnico Oficial de Contas em 1998.

É pós-graduado em Gestão Estratégica para Executivos (1995), Finanças para Executivos (1996) e em Gestão de Instituições Financeiras da Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais da Universidade Católica Portuguesa (2002). Em 2003 concluiu o MBA em Gestão ministrado pelo ISEG e pela Universidade dos Açores. Entre 1994 e 2003 foi docente do

Departamento de Economia e Gestão, na Universidade dos Açores. Participa regularmente em conferências nas áreas do marketing e liderança.

Desde 1994 trabalha também na área da banca desempenhando funções em diferentes áreas ao longo tempo: finanças empresariais, mercados de capitais marketing, CRM e informação de gestão. Atualmente no Santander Totta, onde desempenhou as funções de Responsável de Marketing (2016 a 2018), sendo hoje responsável de Segmentos e Análise de Mercado (desde 2019). É também docente em cursos de Pós Graduação no IPAM desde 2018.

**Rui Mendes**

Licenciado em Matemática Aplicada - ramo científico - pela Universidade do Porto, possui um MBA com especialização em Métodos Quantitativos Aplicados à Gestão pela Porto Business School. Desempenha funções de direção geral com responsabilidade direta no desenvolvimento de produto, sistemas de informação, operação e marketing, na área de serviços e tecnologia. Em paralelo, é docente universitário há mais de 15 anos, nas áreas da matemática e em sistemas de apoio à decisão. Com mais de 10 anos de experiência no sector bancário, desempenhou funções de coordenação pelo departamento de sistemas de informação e de marketing.

Ronnie Figueiredo

Ronnie Figueiredo é um Investigador Internacional, Membro da Unidade de Investigação em Ciências Empresariais, (NECE), acreditado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, na Escola Superior de Gestão e Economia, UBI. É autor do Spinner Innovation Model e Professor Auxiliar da Universidade Europeia, Lisboa, Portugal. É ainda o fundador do Gabinete de Gestão do Conhecimento | KMOOffice.

Corpo Docente Convidado:**Francisco Sanches Osório**

- **Hexis Technology Hub**
- **Boost IT**
- **Link to Leaders**
- **BraveGeneration**

Miguel Ribeiro Ferreira

- **Fonte Viva**
- **Shark Tank Portugal**
- **Invespri**
- **Acquajet**
- **Grupo Orey**

Requisitos para a Admissão neste Programa:

- Formação comprovada em áreas cuja aplicação das Tecnologias ao Marketing e aos Negócios se considere relevante e com potencial de geração de valor nos seguintes âmbitos: transformação organizacional, transformação digital e processos de aceleração de negócios.
- Curriculum e Experiência Profissional relevantes para o desenvolvimento profissional futuro associado com a aplicação das tecnologias ao Marketing e aos Negócios