

Fast Track MBA em Gestão Empresarial

- **Formato do curso:** Presencial e Live Training
- **Localidade:** Porto
- **Data:** 05 Abr. 2019 a 22 Jun. 2019
- **Preço:** 2800€
- **Horário:** Pós-laboral e Sábados - 6ª feiras das 18h30 às 22h00 e Sábados das 9h00 às 17h00
- **Nível:** Avançado
- **Duração:** 112 horas

Vivemos uma época fortemente competitiva e marcada por desafios constantes, onde os recursos mais qualificados serão o motor impulsionador da competitividade e inovação das Organizações.

Esta formação intensiva e de forte componente prática visa o desenvolvimento de competências na área da Gestão, para profissionais e empresários sem formação na área, que desempenham ou pretendem desempenhar cargos de Gestão nas Organizações em que se inserem.

O Fast Track MBA tem como principal objetivo dotar os alunos de uma visão alargada das várias facetas da gestão bem como garantir o desenvolvimento de competências técnicas e pessoais necessárias a uma progressão profissional de destaque no seio empresarial.

Desenvolvido para dar respostas aos gestores do século XXI e quadros das mais diversas áreas profissionais, a formação pretende apresentar aos seus alunos os principais conceitos da gestão para um melhor exercício da sua atividade profissional.

Benefícios do Fast Track MBA:

- **Networking**
Tire partido de momentos de Networking com outros alunos, com os professores e outros profissionais da área de gestão;
- **Melhores condições salariais**
Melhore as suas condições salariais alavancado por novas Competências Empresariais;
- **Novas oportunidades profissionais**
Alargue o seu leque de opções profissionais com as competências desenvolvidas;
- **Perspetiva de carreira internacional**
Tire partido da componente curricular dedicada à internacionalização das Empresas;
- **Desenvolvimento de competências**
Desenvolva competências na gestão de equipas e projetos essenciais à gestão empresarial;
- **Panorâmica 360 graus sobre área de gestão**
Alargue os seus conhecimentos e ganhe competências em várias vertentes da gestão empresarial.

Destinatários

O Fast Track MBA destina-se a profissionais com o seguinte perfil:

- Gestores de PME e Chefes de Equipa que pretendam ganhar ou reforçar conhecimentos e competências a nível de Gestão;
- Novos empresários que queiram dominar os conceitos de Gestão;
- Profissionais que aspirem a uma evolução e/ou progressão de Carreira.

Pré-requisitos

Esta formação não apresenta pré-requisitos para a sua frequência. Sugere-se, no entanto, que os candidatos sejam detentores de uma licenciatura ou experiência profissional relevante, para o correto acompanhamento da formação.

Metodologia

A seleção dos candidatos será realizada com base na entrevista de admissão, durante a qual serão avaliados o seu perfil curricular, profissional e motivacional. Esta entrevista também serve de oportunidade para que o candidato possa esclarecer todas as questões relativas ao programa de formação. Para agendar a sua entrevista de admissão, preencha o formulário de candidatura ao Fast Track MBA. Elementos necessários à formalização de candidatura:

- Cópia de certificado de habilitações;
- Curriculum Vitae
- Cópia de documento de identificação (BI/Cartão do Cidadão)

A entrevista de admissão não representa qualquer compromisso por parte do candidato ou da Rumos e não apresenta nenhum custo associado.

Programa

Sessão de Abertura (3,5h)

Introdução à Gestão Empresarial (10,5h)

Estratégia e Competitividade

“O caminho a escolher depende de para onde queremos ir!” – Adaptado de Lewis Carol em Alice no País das Maravilhas. A Estratégia Empresarial, tal como a Estratégia Militar, é o factor mais relevante para o sucesso no mercado. De nada serve termos as melhores pessoas, os melhores meios materiais, os melhores produtos, a melhor rede logística ou os melhores processos operacionais se não soubermos o que fazer com eles. O objectivo

deste módulo é a apresentação das principais técnicas e métodos de planeamento estratégico, mais do que numa perspectiva académica, numa perspectiva prática. Por outras palavras, para cada uma das principais técnicas e ferramentas, o foco do nosso debate será em: “como usar”, com recurso a exemplos práticos e casos reais.

- Técnicas e ferramentas de análise interna e externa
- Análise SWOT
- Visão, missão e linhas de orientação
- Técnicas e ferramentas de análise de investimentos e de risco
- Implementação: plano e monitorização

Gestão Empresarial a 360 graus

A Gestão não é uma ciência. É a utilização, com bom senso, de um conjunto de conceitos conhecidos. O Gestor tem, em cada instante, de se concentrar em tudo o que está a acontecer à sua volta e ser capaz de perspectivar os impactos futuros dos eventos presentes. Para isso tem de ter uma visão a 360º. Neste módulo iremos construir, em conjunto, o sistema de valor de uma empresa genérica e debater as diversas interações: meio/empresa, meio/meio e empresa/empresa. O principal objectivo é deixar uma série de alertas sobre os focos de atenção e as potenciais distrações.

- O Sistema de Valor e seus componentes
- A Cadeia de Valor e seus componentes
- A Gestão moderna, numa economia globalizada, do trinómio: custo, margem, preço

Finanças Empresariais e Controlo de Gestão (21h)

Gestão Financeira

O módulo de gestão financeira visa aprofundar competências na área de avaliação de investimentos bem como dar a conhecer as várias formas de financiamento existentes num contexto em que esta questão é crítica para a sobrevivência das empresas.

- Enquadramento da análise de projetos de investimento na gestão financeira
- Fases da elaboração de um projeto de investimento
- O Cash-Flow
- O valor temporal do dinheiro: atualização e capitalização
- Critérios de avaliação de projetos de investimento
- Payback
- V.A.L. – Valor Atualizado Líquido
- T.I.R. – Taxa Interna de Rentabilidade
- Critério da Anuidade – C.E.A. e B.E.A.
- I.R. – Índice de Rentabilidade
- V.A.L.A. – Valor Atualizado Líquido Ajustado
- A determinação da taxa de atualização de um projeto de investimento
- A avaliação de investimentos em contexto de incerteza
- Introdução ao Financiamento Empresarial
- Financiamento por capitais próprios

- Financiamento por capitais alheios

Sessão de Simulação Controlo de Gestão

O módulo de controlo de gestão visa situar a sua atividade no âmbito do sistema de informação global e compreender um conjunto de metodologias aplicadas a fim de aumentar a eficácia da gestão.

- Introdução à gestão orçamental
- O controlo orçamental
- A Decomposição dos desvios globais nos desvios parcelares.
- Conceito e tipos de centros de responsabilidade
- Avaliação dos centros de responsabilidade:
- R.O.I. – Return On Investments,
- M.C.R. – Margem de Contribuição Residual
- E.V.A. – Economic Value Added
- O Dashboard e o B.S.C. – Balanced Scorecard / EFQM Excellence model – European Foundation for Quality Management

Sessão de Simulação

Vendas (21h)

Gestão de Vendas

Este módulo pretende dotar os participantes de competências na gestão integrada e otimizada do processo de vendas, focado na melhoria do desempenho comercial das organizações. Compreender a Gestão de Vendas como actividade crucial na diferenciação competitiva das empresas através do contributo dado na criação de valor. Esta unidade curricular procurará a coexistência dos indispensáveis espaços mais teóricos e expositivos com uma forte componente pratica e de interacção entre todos os participantes. Vão ser promovidos contextos de aprendizagem baseados na partilha de experiências e na discussão de casos práticos. Iremos realizar sessões de ‘role playing’, simulações e apresentações.

- Planeamento de Vendas
- Estratégia Empresarial
- Marketing e Vendas
- Métodos Quantitativos Aplicados às Vendas
- Equipa Comercial
- Organização e dimensionamento de equipas
- Liderança e Avaliação de desempenho
- Motivação e Incentivos
- Processo de Venda
- Ciclo de Venda
- Planeamento actividade
- Funil das Vendas
- Objectivos e Métricas Comerciais
- E-Sales – Comercio Electrónico
- Marketing Digital

- Redes sociais

Sessão de Simulação - Planeamento, Gestão da Equipa de Vendas e Controlo

- Negociação win-win
- Limites e Objectivos
- Análise Cenários Negociais
- Dinâmica negocial
- Simulações com exercícios Reais de Negociação

Customer Relationship and Experience Management

- Porque se revela imperativo, hoje em dia, converter clientes em Fãs
- As melhores praticas internacionais no desenvolvimento da Satisfação e Fidelização de Clientes
- Social CRM
- Como implementar um Processo de Customer Experience Management

Sessão de Simulação

Recursos Humanos (21h)

Gestão de Recursos Humanos e Gestão de Talento

Recrutamento, Motivação, Desenvolvimento e Fidelização

Gerir Recursos Humanos é gerir os recursos de que as pessoas dispõem: características, capacidades e competências. É a partir desses recursos que se constrói a motivação, se geram os talentos e se perspectiva a carreira profissional, se constrói um projecto de vida ligado ao exercício da profissão e à natureza da função. As pessoas disponibilizam, ou não, de forma voluntária, os recursos de que dispõem! Chegar às pessoas é chegar a tudo aquilo que elas nos podem proporcionar, seja no trabalho, seja na vida. De forma intensa, vamos mergulhar no mundo maravilhoso das capacidades humanas! Está preparada(o)? Eu estou entusiasmado de partilhar estas horas consigo!

- Gerir Recursos Humanos, o que é?
- Das características às competências
- Das competências às Funções
- Das funções aos Talentos
- Dos Talentos à Motivação
- Da Motivação ao Envolvimento
- Do Envolvimento à Fidelização
- Recrutar e recrutar bem!
- O Anúncio de recrutamento
- O Projeto
- As condições

Case Study

- Aplicação concreta dos conceitos e das ferramentas com debate das propostas e soluções.

Gestão de RH Digital

Do Recrutamento a Employer Branding

As marcas assumiram uma importância determinante nas nossas vidas. É com base nelas que escolhemos o carro que conduzimos, o relógio que usamos, o vinho que tomamos, etc. Não será, pois, de estranhar que a marca desempenhe também um papel decisivo quando temos de decidir a empresa em que queremos trabalhar. A Marca de Empregador (Employer Branding) traduz o pacote de benefícios funcionais, económicos e psicológicos oferecidos pelo “emprego” e que se identificam com a entidade empregadora, dando-lhe, internamente, uma imagem de “great place to work” e, externamente, de “first choice employer”. Construí-la passa por um processo alinhado com os valores organizacionais e com os objectivos de negócio, estruturado numa forma consistente e continuada. Este tema ocupa um lugar cada vez mais central nas estratégias de atração e retenção de talentos, sendo, por isso, um dos temas mais inovadores e diferenciadores em matéria de gestão de Ativos Humanos.

- A importância da gestão de talentos
- Atração – Employer Branding
- EVP – Employer Value Proposition
- Processo de Recrutamento
- Técnicas de Entrevista e Assessments
- Acolhimento e integração de talento
- Retenção de talentos
- Medição do processo

Case Study

- Caso ImagiProducts

Marketing (21h)

Do Marketing Estratégico ao Operacional

Este módulo tem como objetivo dotar os participantes de conhecimentos e competências necessários para reconhecer o papel do Marketing numa organização, nas suas vertentes estratégica e operacional, para um correto planeamento e implementação da sua estratégia e respetivas ações táticas associadas.

- Evolução do papel do Marketing na Organização
- Marketing Estratégico e Marketing Operacional
- Conceitos e Instrumentos de Marketing
- Plano de Marketing
- Diagnóstico e Análise da Situação Atual
- Análise da Envolvente Macro e Micro;
- Análise do Mercado;
- Análise do Consumidor;
- Análise da Concorrência;
- Análise da Empresa.
- Segmentação e Target
- Gestão de Marca e Posicionamento da Marca

- Marketing-Mix
- Estratégia de Produto
- Estratégia de Preço
- Estratégia de Distribuição
- Estratégia de Comunicação
- Para além dos 4 P's clássicos.

Sessão prática - O Marketing Mix em Ação

Marketing Digital

Este módulo tem como objetivo dotar os participantes de conhecimentos e competências necessários para reconhecer a importância do Marketing Digital nas organizações atuais, e sua integração nas estratégias empresarial e de marketing.

- O Marketing Digital
- Evolução do Consumidor, Mercado e Tecnologia
- Conceito de Blended-Marketing: integração do online com o offline
- As áreas de intervenção do Marketing Digital:
- Display Advertising
- E-Mail Marketing
- Search Engine Marketing
- Social Media Marketing
- Vídeo Marketing
- Mobile Marketing.
- Ações de marketing multi-plataformas, multi-canais e multi-ecrãs.

Sessão de Simulação - O Plano de Marketing

Seminários (14h)

- Empreendedorismo
- História de Sucesso
- Internacionalização - do Planeamento ao Financiamento
- Financiamento