



## Curso: Fast Track MBA GALILEU

Duração: 112h

Área formativa:

---

### Sobre o curso

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.

Para responder a essa necessidade das organizações, a GALILEU desenvolveu o Fast Track MBA GALILEU.

Trata-se de formação intensiva e de forte componente prática que 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 GALILEU 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, o Fast Track MBA GALILEU pretende apresentar aos seus Alunos os principais conceitos da gestão para um melhor exercício da sua atividade profissional.

Benefícios do Fast Track MBA GALILEU:

- **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

- **Acesso Gratuito a eventos GALILEU**

Aceda gratuitamente a Eventos GALILEU sobre competências empresariais, com oradores reconhecidos nacional e internacionalmente

- **Acesso Gratuito a webcasts GALILEU**

Assista a webcasts regulares relevantes para a atividade de gestão.

---

## Destinatários

O Fast Track MBA GALILEU 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 e profissionais que aspirem a uma evolução e/ou progressão de Carreira.

---

## Pré-requisitos

O Fast Track MBA GALILEU 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.

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 inscrição no curso Fast Track MBA GALILEU.

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 FLAG e não apresenta nenhum custo associado.

---

## Metodologia

Presencial.

---

## Programa

- Sessão de Abertura (3,5h)
- Introdução à Gestão Empresarial (10,5h)
- Finanças Empresariais e Controlo de Gestão (21h)

- Vendas (21h)
- Recursos Humanos (21h)
- Marketing (21h)
- Seminários (14h)

## **Sessão de Abertura (3,5h)**

### **Introdução à Gestão Empresarial (10,5h)**

- Estratégia e Competitividade
  - 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
  - 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
  - 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
  - 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
  - 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
- ERP e CRM
  - 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, 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
  - 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
  - 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 Envoltente 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
    - 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