



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