

MINI MBA

EM / GESTÃO

UMA OPORTUNIDADE
QUE RESULTARÁ NUM NOVO IMPULSO
PARA A SUA EMPRESA

Lisboa, Espaço Restelo / 29 e 30 de Maio, 4 a 6 Junho 2008
Porto, Casa Serralves / 12 e 13, 19 a 21 Novembro 2008

Próximas
Edições

Lisboa/
Porto

Primavera
Academy

MINI MBA EM GESTÃO

UM PROGRAMA CONCISO E ÚNICO

Na linha das cinco anteriores edições, merecedoras de satisfação notória por parte dos participantes, as novas edições do Mini MBA em Gestão aprofundam uma via de busca de soluções para a complexa profissão de gestor em universo Global.

Entre tendências Globais e constrangimentos Locais temos vivido um contexto que se tem mostrado, em simultâneo, desfavorável para uns e favorável para outros sendo que, um dos principais factores que faz a diferença, entre uns e outros, é, sem dúvida, o Modelo e a Metodologia de Gestão.

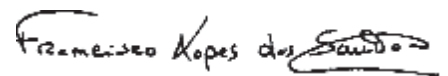
Não sendo obsoletos, os tradicionais métodos de gestão mostram-se insuficientes porque, genericamente, não antecipam, não dão flexibilidade, são barreiras a reposicionamentos e bloqueiam mudanças de hábitos e comportamentos. Em suma, estão adequados a contextos previsíveis, de crescimento controlado e em contextos competitivos de concorrência conhecida e previsível.

Novas formas de Controlo de Gestão, de Gestão Financeira, de Marketing e de Gestão de Recursos Humanos são, para a maioria das empresas, não só urgentes como vitais. São necessidades comuns à grande maioria dos gestores e, aqueles que ainda não as procuraram colmatar, irão fazê-lo a curto prazo.

Vivemos tempos em que a variante Estratégica se sobrepõe e deve estar presente em todas as Funções e Processos e em que já não pode haver gestão operacional sem uma significativa vertente estratégica nela incorporada.

O Mini MBA em Gestão da PRIMAVERA Academy é um programa conciso e focalizado nos desafios actuais de gestores e empresários e constitui-se como uma referência na formação em gestão, quer pelos conteúdos criteriosamente seleccionados, quer pela equipa de docentes convidados com vasta experiência académica e larga vivência profissional.

Com um programa único, o Mini MBA em Gestão é um programa incontornável para todos o que desejam acompanhar as tendências das Sociedades e das Economias nesta era em que o Conhecimento e o Saber são as vantagens que prevalecem.



Francisco Lopes dos Santos
Coordenador do Mini MBA



CINCO DIAS PARA CONHECER NOVAS IDEIAS E VER A SUA EMPRESA COM OUTROS OLHOS

Num mercado cada vez mais competitivo e pautado pelos ponteiros do relógio, o tempo disponível para explorar e adquirir novas competências no âmbito da Gestão torna-se demasiado escasso.

Por essa razão, e a pensar nas exigências de formação impostas pelo mercado aos gestores e administradores de empresas, a PRIMAVERA Academy promove um programa de formação intensivo destinado a gestores e administradores de empresas, que no espaço de 5 dias lhe permitirá adquirir um conhecimento alargado das mais actuais metodologias e técnicas de gestão.

Conheça a opinião de alguns participantes:

“Esta formação permitiu aumentar / sedimentar os meus conhecimentos em termos de gestão. Quanto mais pareceres ouvir de diferentes entendidos, melhor e mais capaz estarei para tomar decisões o mais acertadas possíveis”.

—**Maria do Carmo Neves da Silva**

BBT – Termotecnologia Portugal, SA

O Mini MBA em Gestão constitui um espaço de excelência para todos aqueles que pretendem enriquecer as suas competências no âmbito da gestão, oferecendo aos participantes a possibilidade de contactarem com os maiores especialistas nacionais da área de Gestão.

O Mini MBA está organizado nos seguintes módulos:

- Estratégia e Competitividade
- Gestão de Recursos Humanos
- Gestão Comercial e Marketing
- Finanças Empresariais
- Controlo de Gestão

“Este Mini MBA contribuiu para aumentar ou consolidar os meus conhecimentos sobretudo nas áreas da gestão onde sentia menor à vontade”.

—**João Magalhães**

Lanidor, SA.

“Este Mini MBA aborda temas muito importantes para um grande gestor, proporciona o enriquecimento de novos gestores e contribui para o enriquecimento do mundo empresarial”.

—**Pedro Filipe Dias**

St.ª Casa da Misericórdia Vila Verde

Destinatários

Gestores e administradores de pequenas e médias empresas que pretendam desenvolver ou adquirir competências e conhecimentos de Gestão, que lhes permitam evoluir a gestão operacional e estratégica das empresas.

Locais

Espaço Restelo – Lisboa. Casa Serralves – Porto. Para as próximas edições do Mini MBA em Gestão foram seleccionados dois espaços que combinam o requinte com a tranquilidade proporcionando momentos de aprendizagem num ambiente acolhedor em pleno contacto com a natureza.

“Muitas das coisas que sabemos não são aplicadas por questões de tempo e oportunidade, mas o Mini MBA em Gestão não deixa de forma alguma esquecer o que se aprendeu ou reaprendeu”.

—**Ricardo Lopes da Silva**

Habipro – Construção e Obras Públicas, Lda



ESTRATÉGIA E COMPETITIVIDADE

Francisco Lopes dos Santos

29 de Maio de 2008 - Lisboa
12 de Novembro de 2008 - Porto

OBJECTIVOS

De uma forma simples, ESTRATÉGIA é “tomar decisões para se ter sucesso sendo diferente”. Decisão, sucesso e singularidade são, portanto, os meios e as finalidades que orientam esta disciplina. Por conseguinte, constituem principais objectivos do programa, sensibilizar os participantes para a necessidade de conceber e implementar:

- Modelos de análise e escolha estratégica;
- Critérios de análise das alternativas com base no nível competitivo potencial;
- Modelos de sistematização dos pilares de uma estratégia;
- Um sistema integrado Estratégia-Estrutura-Gestão.

PROGRAMA

- I – Estratégia, Estrutura e Competitividade:
- Os princípios da reflexão e do raciocínio estratégico;
 - A reflexão estratégica como um processo;
 - O papel do estratega e a finalidade da estratégia.

II – Modelos de Análise Estratégica:

- Análise interna ou das capacidades;
- Análise externa ou das oportunidades;
- O papel das motivações na síntese de opções.

III – Modelos de Escolha Estratégica ou Posicionamento:

- Força central do negócio;
- Estratégias genéricas;
- Carteira de negócios;
- Mercados pertinentes.

IV – Os Pilares da Estratégia num Sistema Integrado:

- Visão estratégica e Missão;
- Vocação estratégica;
- Objectivos e Metas globais;
- Estratégia, Estrutura e Gestão num paradigma de mudança competitiva.

GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

António Damasceno Correia

30 de Maio de 2008 – Lisboa
13 de Novembro de 2008 - Porto

OBJECTIVOS

Visa-se, neste módulo, criar saberes e competências com vista a possibilitar o desenvolvimento de climas de trabalho propícios à melhoria da competitividade das organizações e à valorização dos colaboradores, em termos de objectivo geral.

PROGRAMA

- I – Avaliação de Desempenho:
- Conceitos básicos;
 - A origem histórica: gestão por objectivos de Peter Ducker;
 - Como fixar e quantificar objectivos;
 - Modalidades de avaliação e finalidades;
 - Críticas à avaliação de desempenho;
 - Planeamento de uma entrevista: as 6 fases;
 - A importância crucial da entrevista;
 - Parâmetros de desempenho para a evolução na carreira e grelhas de avaliação de algumas empresas;
 - Como implementar um processo de avaliação de desempenho?

/ Qual a estratégia de Marketing mais adequada à minha empresa?

/ Qual o papel dos Recursos Humanos no contexto global da organização?



GESTÃO COMERCIAL E MARKETING

• Casos práticos:

- Como o resultado da avaliação pode modificar substancialmente valor da remuneração anual;
- A culpa é do remador;
- Reflexão sobre a avaliação de desempenho na própria empresa.

II – Gestão de Competências.

Bruno Valverde Cota

4 de Junho de 2008 – Lisboa
19 de Novembro de 2008 – Porto

OBJECTIVOS

- Identificar os principais conceitos e noções de Marketing;
- Compreender a importância do Marketing numa empresa;
- Utilizar técnicas e ferramentas de Marketing;
- Aprofundar os conhecimentos sobre Gestão da Força de Vendas.

PROGRAMA

I – Marketing em mudança:

- Tendências do lado da procura – o consumidor está a mudar;
- Tendências do lado da oferta – a estrutura da empresa está a mudar;
- Novos factores críticos de sucesso.

II – Porquê o Marketing? Qual o seu papel?

III – Atitude de Marketing:

- Marketing concept, marketing management, integrated marketing;

IV – Marketing Inovador;

V – Aplicações ao nível da gestão da força de vendas.

/ Como avaliar as decisões de investimento e financiamento?



FINANÇAS EMPRESARIAIS

João Carvalho das Neves

5 de Junho de 2008 - Lisboa
20 de Novembro de 2008 - Porto

OBJECTIVOS

Habilitar os participantes com conceitos, metodologias e técnicas que os ajudem a:

- Dominar os conceitos e a linguagem contabilístico-financeira, de modo a facilitar o contacto entre “financeiros” e “não financeiros”;
- Analisar as demonstrações financeiras, detectando os aspectos mais importantes e críticos;
- Compreender o processo de avaliação das decisões de investimento e financiamento;
- Obter uma visão crítica dos principais métodos de avaliação de empresas.

PROGRAMA

I— Informação contabilística e análise económica e financeira:

- Normalização contabilística e demonstrações financeiras;
- Análise de equilíbrio financeiro e ciclo de exploração;
- Análise integrada de rentabilidade e capacidade de geração de valor.

II— Avaliação de investimentos reais e estrutura de capital.

CONTROLO DE GESTÃO

Francisco Lopes dos Santos

6 de Junho de 2008 - Lisboa
21 de Novembro de 2008 - Porto

OBJECTIVOS

Identificar a missão e os instrumentos necessários ao acompanhamento das actividades dos gestores, factor de melhoria da competitividade das organizações;

- Reflectir sobre as novas exigências da gestão e consequente melhoria dos métodos utilizados;
- Articular e integrar os instrumentos de controlo de gestão com a evolução tecnológica, mas numa perspectiva humana, por forma a privilegiar o envolvimento dos gestores e a sua sistemática motivação para a melhoria dos seus desempenhos organizando, em simultâneo, a convergência da sua prática com a estratégia das organizações.

PROGRAMA

I— Missão e natureza do controlo de gestão:

- Sistema de monitorização da “performance” empresarial;
- As múltiplas perspectivas da performance empresarial;
- Instrumentos de controlo de gestão:

—Técnicos;

—Comportamentais;
—De Diálogo.

II— Instrumentos para a gestão pela performance:

- Da informação financeira à não financeira;
- Alinhamento da prática dos gestores à estratégia das organizações;
- A selecção dos indicadores de performance:
—O Balanced Scorecard e o Tableaux de Bord de gestão.

Como monitorizar a performance na minha empresa?



CORPO DOCENTE

António Damasceno Correia

Mestre em Políticas e Gestão de Recursos Humanos pelo ISCTE e Doutorado em Gestão, na área de Gestão de Recursos Humanos, António Damasceno Correia iniciou a vida profissional a leccionar na Faculdade de Direito de Lisboa, a exercer advocacia e a investigar para organizações internacionais (Conselho da Europa e OTAN). Exerceu funções na área de Recursos Humanos em várias multinacionais e leccionou em diversas universidades, sendo responsável pela publicação de oito obras e cerca de cinquenta artigos para diferentes revistas. Actualmente é professor do ISCTE e Professor Associado da Universidade Lusófona.

Bruno Valverde Cota

Mestre em Gestão pela UL e Doutorado em Gestão de Empresas, na especialidade de Marketing, pela Universidade de Évora, é professor coordenador do Instituto Superior de Gestão Bancária da APB, professor associado da Universidade Lusófona e academic membership do Marketing Science Institute. Dirige vários cursos avançados de Pós-Graduação e Mestrado.

Para além de quadro do BES, é um conceituado especialista em Marketing e Comunicação Empresarial, tem vários livros publicados sobre o Marketing

aplicado aos serviços e, mais concretamente, aos serviços bancários, bem como, sobre Comunicação Empresarial, nomeadamente o recente livro Publicidade e Mercados. É autor, co-autor ou coordenador das seguintes obras: Marketing Research, Publicidade e Mercados, Marketing Bancário, A Emergência do Marketing Bancário, Manual de Marketing de Serviços e Marketing Inovador, editado pela Universidade Católica.

Francisco Lopes dos Santos

Francisco Lopes dos Santos é Mestre em Gestão de Empresas e MBA pela Universidade Nova de Lisboa. Tem exercido a função de docente convidado em diversas Faculdades e Institutos nacionais e estrangeiros, nomeadamente no ISCTE, no ISEG - onde é responsável pela disciplina de Estratégia Empresarial -, no Group HEC (Paris) e no WDHB (São Francisco). Autor de várias obras, sendo a mais recente "Estratégia Passo-a-Passo", e co-autor da obra "Mestres Portugueses de Gestão", Francisco Lopes dos Santos é ainda Director do Agesfal Management Institute, representante da Louis Allen International e membro do Painel de Experts do World Economic Fórum.

João Carvalho das Neves

Doutorado em Gestão pela Manchester Business School, com especialização em Fusões e Aquisições, João Carvalho das Neves é Professor Categrático no ISEG e Professor Convidado nas escolas HEC Paris e EM Lyon. Autor de diversas obras na área Financeira, tais como "Análise Financeira"; "ABC das Fusões e Aquisições" e Avaliação e Gestão da Performance Estratégica da Empresa", João Carvalho das Neves tem desenvolvido actividades de revisão e consultoria em diversas empresas nacionais e estrangeiras e desempenhou o cargo de gestor judicial da TVI e da Torralta.

PRIMAVERA ACADEMY

Braga

Lisboa

T 253 309 241
F 253 309 909

T 214 123 710
F 214 123 719

academy@primaverabss.com
www.primaveraacademy.com

