



MINI-MBA DE ESPECIALIZAÇÃO EM VENDAS E MARKETING – A DISTÂNCIA



A sua Valorização, a nossa MISSÃO!



Coordenadora: Dra. Marina Ramos

Índice

Duração Total do Curso de Formação	2
Destinatários	2
Pré-Requisitos	2
Objetivo Geral	2
Objetivos Específicos	2
Estrutura Modular e Respetiva Carga Horária	3
Conteúdos programáticos:	3
Metodologia	5
Avaliação dos Formandos	5
Recursos Didáticos	5
Equipa de Formação	6
Condições	6
Cancelamentos e Não Comparências	7
Contatos possíveis para mais informações:	7

MINI-MBA de Especialização em Vendas e Marketing – a Distância

Duração Total do Curso de Formação

50 Horas – 08:30-14:30

Destinatários

Este Curso destina-se a todos aqueles que pretendam obter ou reforçar conhecimentos e competências na área vendas, com especial incidência no forte poder de comunicação comercial através do Marketing.

Pré-Requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer;
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Objetivo Geral

Este Mini-MBA pretende dotar os participantes das seguintes competências: desenvolver uma base orçamental e planeamento de custos de forma a elaborar uma proposta; desenvolver os aspetos que promovem a confiança pessoal em momentos de negociação, desde a reunião interpessoal até à apresentação para uma equipa de compras.

Os participantes vão perceber como utilizar técnicas estruturadas de persuasão para conduzir reuniões de vendas e negociações, de forma a chegarem a soluções win-win.

Durante a realização do Mini-MBA os participantes irão ter uma visão e compreensão global do processo estruturado de vendas e negociação, tendo em conta as competências, capacidades, conhecimentos e atitudes críticas a ter para o sucesso.

Objetivos Específicos

No final deste curso os participantes deverão:

- Saber reorganizar ferramentas, redefinir linhas orientadoras e revitalizar a abordagem aos maiores e/ou mais valiosos clientes, permitindo uma resposta ao mercado, bem como um constante ajuste das estruturas e das pessoas às exigências internas e externas às organizações.
- Serão analisados e discutidos casos práticos, bem como será fornecida informação sobre ‘melhores práticas’ baseadas em modelos de definição e prestação de serviços e em ferramentas de avaliação de objetivos ‘intangíveis’. O curso alerta para o papel e a importância da inovação na manutenção dos serviços atualizados e ‘vendáveis’.

Estrutura Modular e Respetiva Carga Horária

Módulo	Duração
<i>Módulo 0 – Abertura</i>	
<i>Módulo 1 – Gestão Comercial – Metodologias e comportamentos</i>	14h
<i>Módulo 2 – Gestão Estratégica de Contas</i>	8h
<i>Módulo 3 – “A Gestão Orçamental”</i>	10h
<i>Módulo 4 – Excel para Controlo de Gestão Comercial e Reporting</i>	10h
<i>Módulo 5 – Estratégias de Marketing</i>	6h
<i>Módulo 6 – Opcional – Preparação e Exame</i>	2h
<i>Módulo 7 – Encerramento</i>	
Total	50h

Conteúdos Programáticos

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Métodos de Utilização

Módulo I – “A Gestão Comercial – Metodologias e comportamentos”

- Atendimento, qualidade e objetivos da empresa:
 - A empresa como relação Objetivos / Trabalho / Pessoa;
 - A importância da qualidade do atendimento para os objetivos da empresa.
- As relações interpessoais como base da qualidade do serviço ao cliente;
- O Eu e o Outro:
 - A aproximação ao outro e o aumento do espaço relacional;
 - A importância da envolvente na situação relacional;
 - Técnicas e métodos de vendas.
- O processo de comunicação:
 - Preparar e desenvolver a comunicação;
 - Como se comportar na relação com os clientes externos ou internos;
 - Identificar e ultrapassar barreiras e constrangimentos à comunicação;
 - Saber escutar e aperfeiçoar a comunicação verbal.
- O processo de atendimento
 - Expetativas e resultados;
 - A organização do posto de trabalho:
 - Os instrumentos de trabalho a preparar;
 - A utilização eficaz dos instrumentos disponíveis.

- O atendimento telefónico:
 - O início do contacto;
 - O desenvolvimento da relação atendedor / cliente;
 - Como melhorar a qualidade no atendimento telefónico.
- Há clientes e clientes:
 - Os diversos clientes:
 - Tipos de clientes;
 - Respostas a preparar.
 - Procedimentos a preparar e comportamentos específicos a apresentar.

Módulo II – “Gestão Estratégica de Contas”

- Criar uma estratégia adequada para uma gestão de contas orientada ao sucesso;
- Estratégias e táticas para uma rápida conquista de ‘quota de cliente’ e ‘quota de mercado’;
- Encontrar mecanismos de defesa para reter contas estratégicas;
- Requisitos de CRM (o que é preciso saber e acompanhar) para contas mais complexas;
- Estratégias para melhorar proveitos.

Módulo III – “A Gestão Orçamental”

Módulo IV – “Excel para Controlo de Gestão Comercial”

- Destaque para as principais potencialidades do Excel para uma utilização otimizada no âmbito da área comercial (especial incidência no controlo de gestão e reporting);
- Utilização da formatação condicional no reporting;
- As tabelas dinâmicas;
- A proteção da informação;
- Ligações entre ficheiros;
- Macros;
- Utilização de atalhos;
- Elaboração de relatórios de Controlo de Gestão e Reporting:
 - Elaboração de um “Tableau de Board”;
 - Elaboração de painéis de indicadores com “semáforos”;
 - Elaboração de relatórios (Reporting) no Controlo de Gestão.

Módulo V – Estratégias de Marketing

- Conceito de Marketing;
- Estratégias de Marketing;
- Escolher mercados-alvo;
- Ferramentas de diferenciação;
- Especializações do conceito de Marketing:
 - Serviços;

- Indústria;
- Internacional;
- Marketing Digital;
- Processos de decisão de compra.

Módulo VI – Prova de Conhecimentos

- Aferir e avaliar os conhecimentos adquiridos.

Módulo VII – Encerramento

Metodologia

Este curso tem como objetivo promover um ambiente interativo entre o formador e o grupo bem como entre todos os formandos. Neste sentido recorre a uma abordagem dos conteúdos programáticos através da utilização de métodos e técnicas pedagógicas diversificadas.

Momento / Objetivo	Método / Técnica
Durante toda a ação de formação	Expositivo, Demonstrativo, Interrogativo e Ativo

Avaliação dos Formandos

As técnicas de avaliação indicadas inserem-se nos 3 momentos de avaliação da seguinte forma, conforme expressa o quadro seguinte:

Momento	Técnica	Instrumento	Objetivo
Inicial	Formulação de Perguntas Orais	Guião de Perguntas	Verificar Pré-Requisitos
Formativo	Observação	Grelha Observação	Avaliar o desempenho ao longo das sessões

Recursos Didáticos

- Documentação Teórica.

Equipa de Formação

Dra. Marina Ramos

- **Mestrado em Marketing pelo ISEG, Lisboa**
- **Pós-Graduação em Marketing Management pelo ISEG, Lisboa**
- **Licenciatura em Ciências da Comunicação pela UAL, Lisboa**

Experiencia profissional:

Até 2016 - Account Senior na MARIA DESIGN;

2014 - Project and Brand Manager na Edudigital;

2010 a 2013 – Hospital Sales Representative na Diabets, bayer DC;

2010 – Delegada Inf. Médica Endocrinologia na Glaxosmithkline;

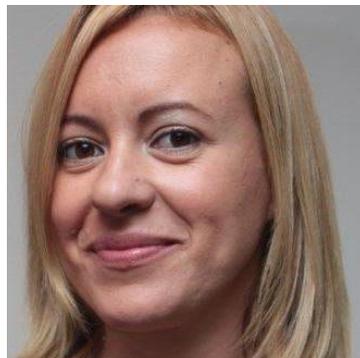
2009 – Delegada inf. Médica no Grupo Tecnimede;

2008 – Comunicação e Marketing na Twintours;

2007 e 2008 – Delegada inf. Médica na Alodial Farmacêutica;

2003 a 2007 – Delegada inf. Médica no Laboratórios Pfizer;

1997 a 2003 – Gestão de Tripulações na TAP AIR Portugal.



Condições

Caso tenha mais do que dois participantes consulte-nos para conhecer as nossas vantagens empresariais!

High Skills – Formação e Consultoria LDA

Avenida de Berna, nº 8 1050-040 Lisboa, Portugal

Nº fiscal: 513 084 568

A inscrição só fica confirmada após emissão da fatura pró-forma/fatura final e o pagamento da mesma.

Cancelamentos e Não Comparências

O(s) formando(s) poderão cancelar a sua inscrição até 6 dias uteis antes da data de inicio do curso.

O(s) formando(s) poderão fazer-se substituir por outro(s) participante(s), devendo comunicar a alteração até 5 dias úteis antes do inicio do curso.

A sua não comparência do(s) formando(s) no dia de início da formação não dará lugar ao reembolso do valor da inscrição e será cobrada na sua totalidade.

1. CLIENTE (Preencher quando o Formando não é cliente final)			
Entidade:		Telefone:	
Responsável:		E-mail:	
Morada:			
Código Postal:		Fax:	
Nº Contribuinte / Fiscal:			
2. DADOS FORMANDO(S)			
Nome:			
E-mail:			
Naturalidade:			
Mini-MBA:	MINI-MBA de Especialização em Vendas e Marketing – a Distância		
Data Nascimento:		Nacionalidade:	
Passaporte / BI:		Data de Validade:	

Contatos possíveis para mais informações:

E-mail: geral@highskills.pt

Telefone: +351 217 931 365

