

Fundamentos da negociação comercial



Programa:

1. Conceitos-chave em negociação (*módulo e-learning*)

- Compreender a diferença entre vender e negociar.
- Identificar as características de uma situação de negociação.
- Recordar os conceitos básicos da negociação e as suas etapas.
- Conhecer os 3 tipos de competências de negociação que deve desenvolver para ser um bom negociador.

2. Estilos e estratégias de negociação (*módulo e-learning*)

- Conhecer os 5 principais estilos negociação.
- Identificar o seu estilo pessoal.
- Compreender as duas concepções da negociação que servem de base a diferentes estratégias negociais.
- Escolher a sua estratégia.

3. Garantir o sucesso da negociação (*módulo e-learning*)

- Reconhecer a importância de preparar as negociações.
- Identificar os pontos-chave para planear as negociações.
- Recolher a informação a analisar antes de negociar.
- Dominar as 5 “Regras de Ouro” da negociação.

4. Negociação intercultural (*módulo e-learning*)

- Identificar a definição de cultura e as suas dimensões.
- Caracterizar as implicações das dimensões de cultura para as organizações.
- Reconhecer os principais desafios da negociação intercultural.
- Lidar com as diferenças culturais de forma positiva.

5. Negociação com recurso às TIC (*módulo e-learning*)

- Conhecer o modelo lugar-tempo de interacção social e as suas implicações para a negociação.
- Reconhecer os efeitos das tecnologias da informação e comunicação (TIC) no comportamento social
- Recorrer a estratégias para aumentar a eficácia das negociações com recurso às TIC.

6. A criatividade na negociação (*módulo e-learning*)

- Definir a criatividade.
- Conhecer as principais ameaças à criatividade.
- Treinar a sua criatividade através de exercícios.

Dirigido a:

- Técnicos-comerciais com experiência.
- Dirigentes comerciais.
- Responsáveis de unidades.
- Engenheiros comerciais.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Compreender a dinâmica das negociações comerciais.

- Identificar o seu estilo pessoal de negociação.
- Saber adaptar a sua abordagem à situação.
- Lidar positivamente com contextos de negociação específicos: negociação intercultural e negociação com recurso às novas tecnologias.
- Treinar a criatividade, competência fundamental de negociadores de sucesso.

Métodos:

- 6 módulos online/10h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Desenvolver a sua capacidade de influência



Programa:

1. Da influência à persuasão (*módulo e-learning*)

- Distinguir os conceitos de influência e persuasão.
- Compreender a relação entre o poder e a persuasão.

- Reflectir acerca do lugar da ética na persuasão.

2. 6 Estratégias gerais de influência (*módulo e-learning*)

- Identificar as 6 estratégias gerais de influência.
- Compreender quais os contextos favoráveis à sua utilização.
- Caracterizar as especificidades de cada estratégia.

3. Argumentar de forma mais persuasiva (*módulo e-learning*)

- Desencadear o estado de busca de uma solução.
- Conhecer a estrutura de um argumento persuasivo.
- Utilizar a espiral da argumentação.
- Utilizar documentos e suportes visuais durante a argumentação.
- Compreender a importância de sincronizar com o cliente.
- Preparar a argumentação.

4. Utilizar elementos persuasivos na comunicação (*módulo e-learning*)

- Utilizar a comunicação verbal e não verbal como elemento persuasivo.
- Compreender como os elementos da comunicação afectam o seu poder persuasivo.
- Estruturar uma mensagem para ser mais clara e persuasiva.

5. As 2 vias para a persuasão (*módulo e-learning*)

- Compreender o modelo das 2 vias da persuasão.
- Aprender a construir uma mensagem persuasiva através da via central.
- Identificar os aspectos de persuasão da via periférica.

Dirigido a:

- Para quem pretenda conhecer técnicas e ferramentas para aumentar o poder de persuasão durante uma venda, negociação, reunião ou apresentação.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Conhecer as 6 estratégias gerais de influência.
- Conhecer técnicas de reforço da persuasão na argumentação.
- Organizar e estruturar as suas mensagens persuasivas.
- Escolher uma via para a persuasão em função do perfil do interlocutor.

Métodos:

- 4 módulos online/8h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Aperfeiçoamento nas técnicas de

venda



A venda é uma actividade complexa e gratificante, que exige dos seus profissionais uma constante busca de novas estratégias, uma focalização nas necessidades do cliente e, também, a capacidade de ultrapassar situações difíceis.

Actualmente, esta actividade é exercida por profissionais cada vez mais qualificados e para clientes cada vez mais exigentes e informados.

Torna-se, assim, imprescindível para todos os que aspiram ao sucesso profissional aprofundar as técnicas de venda, alargando as suas áreas de conhecimento ao campo da persuasão e da gestão de diálogos difíceis. Este curso irá precisamente permitir o desenvolvimento destas competências.

Programa:

1. Conceitos chave na venda

- A venda e a função comercial.
- Dois alicerces da venda.
- Como é que os clientes compram.
- O processo de vendas.

2. Os actores da venda

- Os clientes e as suas necessidades.
- O modelo *ABC*.
- O *GRID*: Grupo Real de Influência e decisão.
- O *Vendedor*: a sua motivação.

3. Estratégias de persuasão na venda

- Os fenómenos de influência.
- 6 estratégias de influência.
- Aplicação das estratégias à venda.

4. Conseguir o acordo do cliente

- Argumentar de forma persuasiva.
- Lidar eficazmente com objecções.

- Saber apresentar o preço.

5. Os diálogos difíceis na venda

- Identificar situações difíceis.
- Os 3 tipos de diálogo que ocorrem numa situação difícil - pressupostos subjacentes.
- Como transformar uma diálogo difícil num diálogo construtivo.

6. Ultrapassar situações difíceis na venda

- 7 tipos de clientes.
- As estratégias adequadas para lidar com cada um deles.

Dirigido a:

- Todos aqueles que tenham uma actividade comercial e pretendam conhecer vários métodos e instrumentos práticos de venda e treinar as suas competências na entrevista de vendas.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Compreender a dinâmica da venda.
- Identificar os instrumentos e intervenientes no processo de venda.
- Aplicar as estratégias de persuasão ao contexto da venda.
- Lidar positivamente com situações delicadas e clientes exigentes.

Métodos:

- 6 módulos online/10h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Introdução às técnicas de venda



A venda é actualmente uma actividade profissional exigente, difícil e complexa, exercida por uma multidão de pessoas cada vez mais qualificadas.

Para garantir o seu sucesso, estes profissionais devem investir continuamente no seu desenvolvimento, reflectindo acerca daquilo que fazem e da forma como o fazem, com abertura para adoptar instrumentos e procedimentos novos.

Neste curso vai conhecer vários métodos e instrumentos práticos de venda com o objectivo de incrementar a eficácia da sua acção comercial.

Programa:

1. 5 etapas para 5 desejos

- A venda e o papel do vendedor.
- Os 3 saberes fundamentais da profissão de vendedor.
- Modelo eficaz de venda: as 5 etapas e os 5 desejos.

2. Preparar o êxito da entrevista de vendas

- Definir objectivos *SMART*.
- Informação a reunir antes de visitar o cliente.
- O *GRID* e a sua influência no circuito de decisão de compra.

3. Descobrir as necessidades e motivações do cliente

- Centrar-se nas necessidades do cliente.
- Variáveis que influenciam o comportamento de compra.
- Utilizar a técnica das perguntas para conhecer as motivações e critérios de decisão.

4. Argumentar para convencer o cliente

- Reforçar o impacto dos seus argumentos.
- Conseguir a concordância do cliente.
- Responder às objecções do cliente.

5. Conduzir o cliente para o fecho da venda

- Os pré-requisitos para fechar uma venda.
- Identificar os sinais de compra.

6. Acompanhar para fidelizar o cliente

- Como fidelizar o cliente e consolidar venda.
- Um follow-up eficaz.

Dirigido a:

- Todos aqueles que tenham uma actividade comercial e pretendam conhecer vários métodos e instrumentos.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Conhecer um modelo eficaz para abordar clientes e prospectos.
- Criar e manter um clima de confiança com o cliente.

- Saber argumentar em sintonia com as motivações do cliente.
- Conhecer as técnicas de fecho para concluir uma venda.

Métodos:

- Neste curso eLearning vai conhecer métodos e instrumentos para atingir os objectivos de cada fase da venda.
- É apresentado um modelo eficaz de venda, associado aos desejos.
- 6 módulos online/10h à distância
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Protocolo, Imagem e organização de eventos profissionais



Programa:

1. A Organização a Imagem e o Protocolo

- Reconhecer a importância da imagem da Organização.
- Conhecer o conceito de protocolo.
- Identificar as competências chave do responsável pela função protocolar e

o âmbito de desempenho da função.

- Analisar a importância da imagem individual para a imagem da Organização: Marketing Individual.

2. Protocolo Empresarial vs. Protocolo Social

- Distinguir o conceito de Protocolo Empresarial do conceito de Protocolo Social.
- Dominar as regras protocolares: as precedências estabelecidas na lei e as precedências de cortesia.
- Saber como actuar em diferentes situações de acordo com as regras protocolares.

3. Estabelecer contactos em nome da Organização

- Aplicar as regras de cortesia em situações profissionais: os critérios de eficácia de actuação de carácter representativo.
- Identificar as diferenças protocolares de país para país.

4. Planeamento e Organização de eventos profissionais

- Identificar regras gerais para o planeamento e organização de diferentes estilos de eventos.
- Reconhecer procedimentos e instrumentos adequados aos diferentes tipos de eventos.
- Conhecer os cuidados a ter em alguns eventos específicos.

5. Estabelecer uma relação eficaz com a comunicação social

- Estabelecer contactos personalizados com os diferentes órgãos de comunicação social.
- Elaborar e difundir comunicados: a imprensa escrita.
- Intervir no planeamento e organização de conferências e comunicados de

imprensa.

Dirigido a:

- Para quem pretende agir com maior profissionalismo em campos de actuação protocolar e nas relações públicas.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Analisar a importância da imagem individual para a imagem da organização.
- Conhecer e aplicar as regras protocolares e de cortesia quando estabelece contactos em nome da organização.
- Identificar algumas regras e procedimentos que contribuem para o sucesso de eventos profissionais.
- Conhecer as características e cuidados a ter na relação com a comunicação social.

Métodos:

- Acompanhamento permanente: os formandos têm uma equipa de tutoria disponível para o esclarecimento de dúvidas técnicas, pedagógicas e de conteúdo.
- Participação e interacção: os módulos desafiam a participação activa dos formandos, através de animações, exercícios, esquemas interactivos, auto-diagnósticos, etc.;
- Avaliação: os formandos têm disponíveis vários exercícios e testes para aferir o seu progresso e grau de concretização dos objectivos.

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Introdução ao Marketing



Programa:

1. O processo de *Marketing*

- Analisar o mercado.
- Fazer uma proposta de *marketing*.
- Implementar um plano de *marketing*.

2. A análise SWOT

- Aplicar a metodologia certa.
- Realizar uma análise externa.
- Realizar uma análise interna.
- Tomar as decisões certas.

3. O plano de *marketing*

- Estabelecer objectivos precisos e realistas que tragam resultados concretos.
- Saber como implementar um objectivo.
- Convencer os outros e planear eficazmente.

4. O marketing mix

- Explicar os cinco componentes do marketing mix.
- Definir o marketing mix e posicionamento.
- Criar valor para o cliente.
- Identificar os factores chave do sucesso.

5. A estratégia de comunicação

- Ter em atenção o público-alvo.
- Respeitar os objectivos.
- Conceber a mensagem.
- Escolher o meio de comunicação apropriado.
- Garantir consistência entre a estratégia e a comunicação.

Dirigido a:

- Dirigido a quem pretenda conhecer as principais ferramentas do Marketing e os principais factores a considerar na elaboração de uma estratégia de Marketing.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Compreender o papel, a função e as finalidades do marketing na empresa.
- Conhecer as etapas do processo de Marketing.
- Dominar as técnicas e instrumentos essenciais para participar activamente nas acções de marketing.

Métodos:

- 5 módulos online/7h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Ferramentas para reuniões eficazes



Programa:

1. Reuniões: quando e como preparar

- Saber quais são os benefícios das reuniões e em que condições podem falhar
- Identificar as principais etapas da preparação de uma reunião para evitar desperdícios de tempo e conseguir mais resultados

2. Estilos de Condução de Reuniões

- Quais são os 3 níveis de actividade de uma reunião;
- As características e consequências de cada estilo de condução;

- Comportamentos de apoio ao trabalho do grupo.

3. Conduzir uma Reunião

- Como fazer uma introdução apropriada;
- Adaptar o estilo de condução aos objectivos e aos participantes;
- Como manter a discussão focalizada;
- Como fazer um encerramento adequado.

4. Facilitar a Participação durante uma Reunião

- Como agir perante cada tipo de participantes;
- Os cuidados a ter com a comunicação verbal e não-verbal;
- 3 Métodos para promover a participação;
- Quais os fenómenos que podem prejudicar a produtividade dos grupos.

Dirigido a:

- Todos aqueles que pretendam desenvolver as suas competências para liderar reuniões e conhecer algumas estratégias e ferramentas para as tornar mais eficazes.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Organizar reuniões
- Conhecer as etapas da preparação
- Conhecer diferentes formas de interacção com o grupo.

Métodos:

- 4 módulos online/10h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Ferramentas para organizar melhor o seu tempo



Programa:

1. Gestão do tempo: conheça as suas características pessoais (*módulo e-learning*)

- Reconhecer as perspectivas-chave.
- Clarificar o seu papel profissional relativamente à finalidade da sua função (missão).
- Diagnosticar a utilização do seu tempo através de 4 níveis de análise.
- Localizar os principais factores de desperdício de tempo.

2. Gestão do tempo: defina as suas prioridades (*módulo e-learning*)

- Distinguir as duas dimensões-chave para a definição de prioridades
- Clarificar as prioridades em função da técnica ACET.
- Planificar as actividades com base nas prioridades.

3. Doze práticas para ganhar tempo (*módulo e-learning*)

- Desenvolver uma estratégia que permita otimizar as relações com o meio.
- Planificar as actividades com base nas prioridades.
- Usar a agenda para planificar a actividade.
- Reconhecer a importância da organização pessoal e do espaço de trabalho.

4. Gerir o stresse para ganhar tempo (*módulo e-learning*)

- Saber identificar o stresse positivo e o stresse negativo.
- Compreender as consequências do stresse na organização do trabalho pessoal.
- Conhecer algumas estratégias de adaptação e controlo do stresse.

5. A delegação para a gestão do tempo (*módulo e-learning*)

- Analisar as tarefas susceptíveis de serem delegadas.
- Conhecer as vantagens e desvantagens da delegação.
- Preparar as pessoas para a delegação.
- Utilizar as quatro etapas do processo de delegação.

Dirigido a:

- Para quem pretenda conhecer e adquirir um conjunto de instrumentos e técnicas para melhorar a sua organização pessoal e gestão do tempo.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Analisar as suas características pessoais face à gestão do tempo
- Utilizar a técnica do ACET para classificar as suas prioridades
- Conhecer ferramentas para gerir o tempo de forma eficaz

Métodos:

- 5 módulos online/7h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Cultivar a orientação para o cliente na sua equipa



Programa:

1. Os factores-chave de uma relação duradoura com o cliente (*módulo e-learning*)

- Identificar os benefícios da fidelização de clientes

- Definir os pontos críticos que permitem manter um cliente fiel.
- Prioridade 1: reduzir as fontes de descontentamento.
- Prioridade 2: entusiasmar o cliente.
- Missão: relação cliente duradoura.

2. O papel do gestor na relação duradoura com o cliente *(módulo e-learning)*

- Estabelecer as ligações entre o trabalho da sua equipa e a satisfação dos clientes.
- Definir as atitudes do gestor orientadas para o cliente.
- 3 alavancas para desenvolver a orientação para o cliente e seus colaboradores.

3. Gerir o entusiasmo do cliente *(módulo e-learning)*

- À procura do entusiasmo perdido!
- Identificar as prioridades de progresso.
- Gerar o entusiasmo do cliente em 5 abordagens.
- O entusiasmo do cliente: uma conquista individual e colectiva.

4. As reclamações numa relação duradoura com o cliente *(módulo e-learning)*

- Colocar o tratamento das reclamações à cabeça das suas prioridades!
- Transformar a reclamação numa oportunidade para fidelizar.
- Introduzir o processo de tratamento de reclamações.

5. Dinamizar a cooperação interna em prol do cliente *(módulo e-learning)*

- Definir o entusiasmo do cliente: um desafio colectivo.
- Partilhar a mesma visão do cliente no seio das equipas.
- Contratualizar as suas prestações internas.
- Criar as condições de cooperação em torno do cliente.

Dirigido a:

- Gestores, Chefes de equipa.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Compreender como a satisfação dos clientes contribui para o crescimento da empresa.
- Identificar as práticas de gestão mais orientadas para o cliente.
- Desenvolver a pró-actividade da sua equipa e a partilha com os outros serviços internos.
- Identificar o papel de gestor na relação com o cliente.
- Dominar os momentos-chave de satisfação do cliente e medir o impacto na actividade da vossa equipa.
- Mobilizar os vossos colaboradores e as outras equipas internas, para uma resposta ao cliente criativa e satisfatória.

Métodos:

- 5 módulos online/7 horas à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Introdução à gestão de projectos



Programa:

1. Princípios-base da gestão de projectos (módulo e-learning)

- Definir o ciclo de vida do projecto e estruturá-lo em milestones;
- Conceber uma abordagem de gestão do projecto adaptada;
- Implementar um sistema de monitorização do projecto.

2. O enquadramento do projecto (módulo e-learning)

- Identificar a importância das fases de preparação;
- Definir o âmbito e os objectivos do projecto.

3. Planeamento de projectos (módulo e-learning)

- Avaliar as diferentes restrições temporais;
- Utilizar essas informações para formalizar o projecto.

4. Elaborar um orçamento de projecto (módulo e-learning)

- Fazer a estimativa do orçamento corretamente;
- Dividi-lo ao longo do tempo;
- Gerir o orçamento eficazmente.

5. Prever os riscos dos projectos (módulo e-learning)

- Controlar os riscos que possam prejudicar o projecto;

- Obter o envolvimento dos elementos da equipa de projecto na redução dos riscos.

Dirigido a:

- Membros da equipa de projecto. Líderes de projecto ocasionais. Gestores de equipas de projecto.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Usar instrumentos estandardizados de gestão de projectos.
- Identificar o conteúdo do projecto e gerir o desempenho da equipa.
- Gerir o tempo do projecto.
- Identificar e gerir os custos e riscos do projecto.
- Saber como trabalhar eficazmente numa equipa de project

Métodos:

- Acompanhamento permanente: os formandos têm uma equipa de tutoria disponível para o esclarecimento de dúvidas técnicas, pedagógicas e de conteúdo;
- Participação e interacção: os módulos desafiam a participação activa dos formandos, através de animações, exercícios, esquemas interactivos, auto-diagnósticos, etc.;
- Avaliação: os formandos têm disponíveis vários exercícios e testes para aferir o seu progresso e grau de concretização dos objectivos.
- 5 módulos online/7h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Liderar equipas para obter resultados



Programa:

1. Liderança e gestão na condução das equipas (*módulo e-learning*)

- Compreender o conceito de gestão.
- Compreender em que é que a prática da gestão nas equipas difere da prática da liderança.
- Compreender em que medida e porquê a liderança se tornou indispensável para a geração de equipas eficazes.

2. Estilos de liderança (*módulo e-learning*)

- Conhecer as vantagens e desvantagens da liderança centrada nas pessoas vs liderança centrada na tarefa.
- Identificar o grau de maturidade dos seus colaboradores.
- Conhecer os diferentes estilos de liderança e a saber adequá-los a diferentes situações.
- Desenvolver uma relação de confiança com os colaboradores e participar na sua evolução.

3. Desenvolver e manter a motivação da equipa (*módulo e-learning*)

- Distinguir entre motivação intrínseca e motivação extrínseca.
- Estabelecer e comunicar objectivos.
- Utilizar recompensas e disciplina.
- Distribuir recompensas equitativamente e como dar *feedback* atempadamente.

4. Liderança e acompanhamento do desempenho (*módulo e-learning*)

- Compreender a necessidade de acompanhar o desempenho dos colaboradores.
- Identificar o papel do líder como *Coach* e saber aplicar o Método MENTOR.
- Compreender a importância do *feedback* do líder.

5. Conduzir e animar a dinâmica interna da equipa (*módulo e-learning*)

- Mediar conflitos no seio da equipa: gerir as diferenças com benefício para o desempenho.
- Saber quando e para que objectivos partilhar as decisões com a equipa.
- Utilizar técnicas de facilitação da criatividade para incentivar a equipa para a inovação.

Dirigido a:

- Responsáveis de equipas que pretendam desenvolver competências para exercer a liderança de forma mobilizadora e aprofundar as formas de acompanhamento da concretização dos objectivos

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Tomar contacto com as competências chave para exercer a liderança de forma mobilizadora e adquirir métodos e instrumentos de acompanhamento da concretização dos objectivos da equipa.

Métodos:

- 5 módulos *online/8h* à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Métodos e ferramentas para a tomada de decisão



Programa:

1. Tomada de Decisão Individual (*módulo e-learning*)

- Decidir como decidir: etapas do processo lógico/racional de decisão.
- Pontos fortes e limites do método racional.

- Avaliação do grau de incerteza e de risco.
- Métodos para delimitar os problemas, critérios e alternativas.

2. Factores Pessoais na Tomada de Decisão (*módulo e-learning*)

- Estilos individuais de tomada de decisão: auto-diagnóstico.
- Distorções e “armadilhas” na recolha e análise de informação para a decisão.
- “De vitória em vitória até à derrota final”: evitar a escalada irracional de compromisso.

3. Analisar a Informação para Decidir com Eficácia (*módulo e-learning*)

- Decisão Assistida por Computador.
- Suporte à decisão: a Informação certa, na hora certa, no formato adequado.
- Antecipar cenários de aplicação da decisão.

4. Decidir Individualmente ou em Grupo? (*módulo e-learning*)

<

- Graus de participação na tomada de decisão.
- Vantagens e desvantagens da decisão em grupo.
- Problemas na tomada de decisão em grupo.
- Técnicas de criatividade na tomada de decisão em grupo.
- Decisão em grupos virtuais.
- Ferramentas de apoio de CSCW.

6. Passar da Decisão à Acção (*módulo e-learning*)

- Comunicar decisões: como garantir a adesão dos outros.
- Conseguir a responsabilização de todos os implicados na decisão.
- Elaborar um plano de acção coerente com a natureza da decisão.

- Saber avaliar a eficácia das decisões: o balanço do plano de acção.

Dirigido a:

- Dirigida a profissionais que pretendam desenvolver as suas competências de tomada de decisão, melhorando processos e métodos de análise da informação.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Desenvolver as competências de tomada de decisão, conhecendo métodos e instrumentos para melhorar a análise da informação.
- Permite igualmente conhecer os comportamentos que, de forma não consciente, afectam negativamente os processos de decisão.

Métodos:

- 4 módulos online/8h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês

Managerial Intelligence



Programa:

1. Ter êxito nos primeiros passos como gestor (módulo e-learning)

- Definir o que está em jogo na sua nova função de gestor.
- Ter êxito nas primeiras etapas da sua nomeação.
- Identificar os princípios-chave da delegação.

2. Os estilos de gestão (módulo e-learning)

- Diferenciar os vários estilos de gestão.
- Adoptar um estilo eficaz e evitar tornar-se ineficaz.
- Adaptar o seu estilo à situação e aos seus colaboradores

3. Encorajar e manter a motivação da equipa (módulo e-learning)

- Compreender como funciona a motivação.
- Usar as alavancas motivacionais certas.
- Levar a cabo uma delegação motivante.

4. Competências situacionais do gestor (módulo e-learning)

- Diagnosticar a natureza de um problema.
- Usar os conceitos-base da abordagem sistémica.
- Compreender os diferentes níveis de percepção de uma situação, para agir eficazmente.

5. Competências relacionais do gestor (módulo e-learning)

- Saber utilizar as ferramentas de informação e comunicação de acordo com a situação e as necessidades da equipa.
- Saber preparar e animar uma reunião.
- Saber preparar e conduzir uma entrevista individual: metodologia e comportamento.
- Gerir situações delicadas.

6. Competências emocionais do gestor (módulo e-learning)

- Compreender como funcionam as emoções.
- Gerir as suas próprias emoções.
- Gerir situações com forte carga emocional.

Dirigido a:

- Chefias intermédias com novas responsabilidades ou que assumiram funções pela primeira vez.
- Chefias intermédias com vários anos de experiência.

Objectivos:

No final da acção, os participantes serão capazes de:

- Tornar-se mais competente no seu papel através do uso de ferramentas e processos comprovados.
- Aumentar a sua flexibilidade conhecendo os comportamentos apropriados a cada situação.
- Agir eficientemente através da análise de riscos e problemas.
- Construir boas relações de trabalho.
- Otimizar o seu desempenho e impulsionar o seu desenvolvimento.

Métodos:

- 6 módulos online/8h à distância.
- e-Tutoria (acompanhamento individualizado do participante).

Datas/Locais:

Início

1º dia útil de cada mês