

# Mestrado Próprio b-learning

## Gestão Comercial e Vendas





## Mestrado Próprio b-learning Gestão Comercial e Vendas

Modalidade: B-learning (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Universidade Tecnológica

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

Acesso ao site: [www.techtute.com/pt/escola-gestao/mestrado-proprio-b-learning/mestrado-proprio-b-learning-gestao-comercial-vendas](http://www.techtute.com/pt/escola-gestao/mestrado-proprio-b-learning/mestrado-proprio-b-learning-gestao-comercial-vendas)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Porquê fazer este Mestrado  
Próprio b-learning?

---

*pág. 8*

03

Objetivos

---

*pág. 12*

04

Competências

---

*pág. 16*

05

Direção do curso

---

*pág. 20*

06

Planificação do programa  
de estágio

---

*pág. 24*

07

Estágio

---

*pág. 34*

08

Onde posso fazer  
os estágios?

---

*pág. 40*

09

Metodologia

---

*pág. 46*

10

Certificação

---

*pág. 54*

# 01

# Apresentação

A globalização provocou uma grande transformação no domínio do comércio. Assim, as novas tecnologias favoreceram o crescimento de alguns setores, enquanto outros tiveram de se adaptar rapidamente à digitalização. Neste cenário, a concorrência continua a ser elevada, pelo que os gestores das áreas comercial e de vendas devem manter-se a par dos desenvolvimentos no seu setor, bem como das diferentes estratégias que estão a ser utilizadas com sucesso na atualidade. Por esta razão, a TECH criou esta qualificação que fornece um quadro teórico 100% online e flexível, combinado com um estágio de 3 semanas numa empresa com vasta experiência na realização de planos comerciais digitais e offline. Tudo isto sempre rodeado dos melhores especialistas, o que o levará a progredir na sua área de trabalho.





“

*As empresas exigem gestores com uma vasta gama de especializações, e é por isso que na TECH encontrará um curso que se adapta às suas necessidades e interesses. Matricule-se agora mesmo”*

Devido ao desenvolvimento das novas tecnologias, o comércio sofreu alterações sem precedentes. Além disso, os avanços nas comunicações proporcionaram às empresas novas ferramentas para monitorizar e analisar os produtos num novo cenário orientado para as vendas online.

Por todas estas razões, o setor procura profissionais capazes de gerir departamentos comerciais e de marketing numa perspetiva integral e com uma visão global. Perante esta realidade, a TECH concebeu este Mestrado Próprio b-learning em Gestão Comercial e Vendas com o objetivo de desenvolver uma visão estratégica e global da empresa, centrando-se na gestão empresarial sénior para assumir novas responsabilidades num ambiente em mudança.

Para tal, o profissional terá acesso a conteúdos educativos avançados 100% online, aos quais poderá aceder a qualquer momento e a partir de qualquer dispositivo eletrónico com ligação à internet. Desta forma, poderá aprender mais sobre as competências de liderança num ambiente em mudança, as principais inovações na logística e gestão económica ou na integração dos canais digitais na estratégia comercial.

Uma vez concluída esta fase teórica, o profissional entrará em pleno num estágio de 3 semanas, onde poderá ver *in situ* as principais estratégias comerciais desenvolvidas por empresas especializadas e com vasta experiência no setor empresarial. Assim, e acompanhado durante este período por um profissional, poderá atingir os seus objetivos de progressão num ambiente de primeira classe.

A TECH proporciona, desta forma, uma excelente oportunidade para subir na carreira no domínio da Gestão Comercial e Vendas através de uma capacitação que se adapta às necessidades reais dos profissionais deste campo.

Este **Mestrado Próprio b-learning em Gestão Comercial e Vendas** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de mais de 100 casos práticos apresentados por especialistas em gestão comercial e vendas
- ◆ Os seus conteúdos gráficos, esquemáticos e predominantemente práticos com que está concebido fornecem informações específicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ◆ Os planos integrais para uma ação sistematizada no domínio empresarial
- ◆ O sistema de aprendizagem interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações propostas
- ◆ Os guias práticos para a utilização das principais ferramentas aplicáveis à gestão comercial
- ◆ A sua ênfase especial nas metodologias mais inovadoras para a aplicação de técnicas de liderança nas empresas
- ◆ As lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ◆ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à internet
- ◆ A possibilidade de estagiar em empresas de referência do setor



*Matricule-se agora neste Mestrado Próprio b-learning e começará a crescer dentro da sua empresa para uma posição de gestão"*

“

*Este Mestrado Próprio b-learning irá equipá-lo com as ferramentas e competências necessárias para se desenvolver no complexo ambiente de logística produtiva e comercial global. Atualize-se com grandes profissionais do setor”*

Este Mestrado de carácter profissionalizante e modalidade b-learning visa a atualização dos profissionais empresariais que exercem as suas funções em empresas comerciais e necessitam de um alto nível de qualificação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências científicas e orientados de forma didática para integrar os conhecimentos teóricos na prática comercial e vendas, sendo que os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização dos conhecimentos e permitirão a tomada de decisões na definição de estratégias comerciais.

Graças aos seus conteúdos multimédia, desenvolvidos com a mais recente tecnologia educativa, permitirá ao profissional comercial uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva programada para praticar em situações reais. A estrutura deste curso centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o aluno deve tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem durante o mesmo. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas reconhecidos.

*Aprenda com os melhores profissionais. Opte por este Mestrado Próprio b-learning e aumente as suas oportunidades de carreira na área Comercial e Vendas.*

*Graças a este Mestrado Próprio b-learning, poderá especializar-se em Gestão Comercial e Vendas e conhecer os últimos desenvolvimentos digitais neste contexto.*



# 02

## Porquê fazer este Mestrado Próprio b-learning?

Nos últimos anos, a globalização tornou a logística comercial muito mais complexa, mas aparentemente muito mais simples para os consumidores adquirirem produtos online: um cenário de transformação que implica conhecimentos avançados de liderança, funcionamento do mercado ou organização comercial. Por esta razão, a TECH oferece com esta capacitação uma visão atualizada, que se distingue do resto da oferta académica por ir ao encontro das necessidades reais dos profissionais do setor. É por isso que oferece um programa curricular avançado, combinado com um estágio intensivo de 3 semanas numa empresa líder no setor comercial. Um curso teórico-prático onde será sempre orientado por excelentes profissionais especializados na área Comercial e Vendas.





“

*A TECH é a única universidade que lhe oferece a possibilidade de se juntar a empresas que desenvolvem as estratégias comerciais mais poderosas com a ajuda da tecnologia mais recente"*

### **1. Atualizar-se com a tecnologia mais recente disponível**

Sem dúvida, o mundo digital revolucionou o comércio nas últimas décadas: uma transformação que exige que os profissionais da área de Gestão Comercial e Vendas se mantenham atualizados e tenham um controlo exaustivo das principais ferramentas utilizadas. Com este objetivo, a TECH criou este curso universitário que oferece aos profissionais a oportunidade de se manterem a par dos recentes desenvolvimentos tecnológicos no domínio comercial e nas estratégias de marketing.

### **2. Aprofundar conhecimentos recorrendo à experiência dos melhores especialistas**

Um dos pontos fortes deste Mestrado Próprio b-learning é a excelente equipa de profissionais que o leciona. Assim, desde o início, o profissional terá à sua disposição um corpo docente especializado no âmbito Comercial e de Vendas. Além disso, durante o estágio numa empresa de referência, poderá aplicar os conceitos abordados na capacitação num ambiente empresarial especializado e rodeado pelos melhores especialistas.

### **3. Ser introduzido a ambientes de topo**

Um fator determinante para o profissional que conclua esta formação é a aplicação das suas competências num ambiente empresarial de alto nível. Assim, poderá impulsionar a sua carreira, graças à seleção rigorosa da TECH de todos os centros disponíveis para o estágio. Desta forma, poderá integrar no seu trabalho quotidiano os métodos e procedimentos de trabalho mais inovadores e vanguardistas.





#### **4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada**

Atualmente, a TECH está firmemente empenhada em responder às exigências reais dos profissionais que desejam combinar as suas responsabilidades profissionais e pessoais com uma formação universitária de qualidade. Foi por isso que criou esta capacitação, que combina na perfeição a teoria online e flexível com um estágio presencial e 100% prático numa empresa de prestígio.

#### **5. Alargar as fronteiras do conhecimento**

Com este curso, a TECH proporciona uma perspetiva global e expansionista aos profissionais que frequentem este Mestrado Próprio b-learning. Este curso tem como objetivo fornecer as informações mais valiosas e recentes no domínio do comércio de forma a promover uma carreira em Gestão Comercial e Vendas. Uma oportunidade única oferecida apenas pela maior universidade digital do mundo.

“*Terá uma imersão prática total no centro da sua escolha*”

# 03 Objetivos

O regime b-learning desta formação proporcionará aos futuros gestores a oportunidade de desenvolver uma série de competências fundamentais para liderar o departamento comercial e de vendas de uma empresa. Por conseguinte, deverão conhecer aspetos relacionados com transações comerciais para poderem singrar num setor competitivo. Desta forma, poderão adquirir o perfil de *Sales Chief*, um dos cargos mais procurados na área.





“

*Experiência internacional, compromisso ético e perspicácia empresarial são algumas das características mais procuradas pelos gestores na era digital”*



## Objetivo geral

---

- ◆ Esta capacitação foi concebida para reforçar as competências de gestão e liderança, bem como para desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional. Isto levará o aluno a tomar decisões globais com uma perspetiva inovadora e internacional



*Adquirirá as competências essenciais para gerir estrategicamente a atividade comercial das organizações mais importantes do panorama empresarial"*





## Objetivos específicos

---

- ◆ Definir as últimas tendências e desenvolvimentos em gestão empresarial
- ◆ Desenvolver, liderar e executar estratégias de vendas mais eficazes e focadas no cliente, que ofereçam propostas de valor personalizadas
- ◆ Desenvolver estratégias para tomar decisões num ambiente complexo e instável, avaliando o seu impacto na empresa
- ◆ Desenvolver estratégias para liderar organizações e equipas de vendas em tempos de mudança
- ◆ Estabelecer os programas mais apropriados para selecionar, formar, incentivar, monitorizar e desenvolver a equipa de vendas
- ◆ Desenvolver a capacidade de detetar, analisar e resolver problemas
- ◆ Explicar a empresa de um ponto de vista global, bem como a sua responsabilidade e o novo papel dos diretores comerciais
- ◆ Desenvolver as competências essenciais para gerir estrategicamente a atividade comercial das empresas
- ◆ Conceber estratégias e políticas inovadoras para melhorar a gestão comercial e a sua eficiência
- ◆ Formular e implementar políticas comerciais como estratégias de crescimento para adaptar a empresa às mudanças no ambiente nacional e internacional
- ◆ Adquirir capacidades de liderança para liderar com sucesso equipas de vendas e marketing
- ◆ Conhecer todo o processo da cadeia logística e operacional da empresa
- ◆ Ser capaz de organizar e gerir equipas de vendas
- ◆ Implementar estratégias internacionais de vendas e marketing
- ◆ Integrar diferentes ferramentas digitais na estratégia empresarial
- ◆ Realizar estudos de mercado para compreender a concorrência e desenvolver estratégias diferenciadoras

# 04 Competências

Após ser aprovado nas avaliações do Mestrado Próprio b-learning em Gestão Comercial e Vendas, o profissional terá adquirido as competências necessárias para uma praxis de qualidade e atualizada baseada na metodologia de ensino mais inovadora. Isto permitir-lhe-á entrar no mercado de trabalho com uma base sólida ou concluir o projeto empresarial que tem em mente há algum tempo.



“

*Na TECH, poderá adquirir as competências necessárias para se desenvolver profissionalmente no domínio da gestão comercial”*



## Competências gerais

---

- ◆ Aplicar competências específicas de liderança na gestão de vendas e marketing
- ◆ Gestão adequada de equipas multiculturais
- ◆ Analisar a rentabilidade dos projetos de investimento e a criação de valor
- ◆ Analisar o impacto financeiro das decisões de gestão
- ◆ Aplicar métodos e técnicas de pesquisa quantitativas e qualitativas
- ◆ Ter um conhecimento profundo das técnicas de Marketing
- ◆ Executar corretamente a organização comercial e a estratégia de vendas
- ◆ Controlar a atividade comercial da empresa
- ◆ Realizar auditorias comerciais
- ◆ Aplicar técnicas de coaching em ações de venda





## Competências específicas

---

- ◆ Desenvolver as competências de liderança necessárias para gerir adequadamente equipas multiculturais
- ◆ Analisar a rentabilidade dos projetos de investimento e a criação de valor
- ◆ Analisar o impacto financeiro das decisões de gestão
- ◆ Aplicar métodos e técnicas de pesquisa quantitativas e qualitativas
- ◆ Ter um conhecimento profundo das técnicas de marketing
- ◆ Aplicar técnicas de marketing orientadas a um mercado internacional
- ◆ Executar corretamente a organização comercial e a estratégia de vendas
- ◆ Controlar a atividade comercial da empresa
- ◆ Realizar auditorias comerciais
- ◆ Aplicar técnicas de *coaching* nas ações de venda
- ◆ Efetuar todo o planeamento de uma campanha de vendas



*Reforce as suas capacidades comerciais e planeie a sua próxima campanha de vendas com maior precisão graças à TECH"*

05

# Direção do curso

Este programa académico conta com o corpo docente mais especializado do mercado educativo atual. São especialistas seleccionados pela TECH para desenvolver todo o itinerário. Desta forma, com base na sua própria experiência e nas mais recentes evidências, conceberam os conteúdos mais actuais que oferecem uma garantia de qualidade numa matéria tão relevante.



“

*A TECH oferece-lhe o corpo docente mais especializado na área de estudo. Inscreva-se já e desfrute da qualidade que merece”.*

## Diretor Convidado Internacional

Glen Lally é um executivo transformacional líder com uma carreira estabelecida em Silicon Valley, onde aconselhou gigantes da tecnologia como a Amazon, Cisco, Google, SAP e LinkedIn. Especializado em análise de desempenho, liderança transformacional e digitalização, dedica-se a capacitar grandes organizações para se adaptarem e se destacarem num ambiente empresarial em constante mudança. Além disso, a sua experiência abrange a capacitação de vendas, a modelação de competências e a consultoria de desempenho, o que lhe permitiu orientar as empresas para a inovação e o sucesso

Ao longo da sua carreira, acumulou uma vasta experiência em mais de 20 países, trabalhando em áreas-chave como a liderança, o desenvolvimento de talentos, o coaching, a transformação organizacional e a transformação digital. Também ocupou o cargo de Diretor Geral de Habilitação de Vendas na AWS, o que lhe deu a oportunidade de liderar diferentes técnicas para mais de 40.000 profissionais em serviços e tecnologias de nuvem.

Também foi reconhecido internacionalmente pela sua capacidade de impulsionar o sucesso empresarial através de soluções de transformação digital. De facto, o seu foco na liderança da mudança organizacional e a sua capacidade de se adaptar a diferentes culturas empresariais foram fundamentais para a sua capacidade de se destacar globalmente. Por sua vez, o seu trabalho tem sido essencial na adaptação das empresas às novas exigências do mercado.

Ao longo da sua carreira, Glen Lally contribuiu para inúmeros projetos de investigação sobre liderança transformacional, capacitação de vendas e transformação digital. A sua experiência e conhecimento refletem-se na sua abordagem prática e nas soluções eficazes que tem implementado em organizações de classe mundial, nomeadamente na área do desenvolvimento de talentos, fazendo uma diferença significativa na forma como as empresas enfrentam os seus desafios e oportunidades.



## Sr. Lally, Glen

---

- Diretor-geral de Habilitação de Vendas na AWS, Seattle, Estados Unidos
- Membro do Conselho de Administração da *Brighter Childre*
- Consultor da equipa executiva da *SalesDirector.ai*
- Vice-presidente global - Habilitação de vendas na *Cisc*
- Mestrado em Ciências da Computação
- Programa Executivo em Liderança: O Uso Eficaz do Poder

“

*Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”*

# 06

## Planificação do programa de estágio

Os conteúdos concebidos para o Mestrado Próprio b-learning em Gestão Comercial e Vendas reúne todos os aspetos que as grandes empresas começaram a exigir nos seus cargos de gestão. Os conteúdos são pensados para promover o desenvolvimento de competências de gestão que permitam uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes incertos. Preparará também o aluno para enfrentar novos desafios profissionais e pessoais.





“

*Desenvolva as competências necessárias para ter sucesso no seu trabalho diário e progredir na sua profissão num curto espaço de tempo”*

## Módulo 1. Gestão e liderança

- 1.1. Gestão geral
  - 1.1.1. Integração de estratégias funcionais nas estratégias de negócio globais
  - 1.1.2. Política e Processos de Gestão
  - 1.1.3. Sociedade e Empresa
- 1.2. Gestão estratégica
  - 1.2.1. Estabelecer a posição estratégica: missão, visão e valores
  - 1.2.2. Desenvolvimento de novos negócios
  - 1.2.3. Crescimento e consolidação da empresa
- 1.3. Estratégia competitiva
  - 1.3.1. Análise do mercado
  - 1.3.2. Vantagem competitiva sustentável
  - 1.3.3. Retorno do investimento
- 1.4. Estratégia empresarial
  - 1.4.1. Driving Corporate Strategy
  - 1.4.2. Pacing Corporate Strategy
  - 1.4.3. Framing Corporate Strategy
- 1.5. Planeamento e estratégia
  - 1.5.1. Relevância da Direção Estratégica no Processo de Controlo de Gestão
  - 1.5.2. Análise do ambiente e da organização
  - 1.5.3. Gestão Lean
- 1.6. Gestão de talentos
  - 1.6.1. Gestão de Capital Humano
  - 1.6.2. Ambiente, estratégia e métrica
  - 1.6.3. Inovação na gestão de pessoas
- 1.7. Desenvolvimento de gestão e liderança
  - 1.7.1. Liderança e estilos de liderança
  - 1.7.2. Motivação
  - 1.7.3. Inteligência emocional
  - 1.7.4. Capacidades e competências do líder 2.0
  - 1.7.5. Reuniões eficazes

- 1.8. Gestão da mudança
  - 1.8.1. Análise do desempenho
  - 1.8.2. Liderar a mudança. Resistência à mudança
  - 1.8.3. Gestão de processos de mudança
  - 1.8.4. Gestão de equipas multiculturais

## Módulo 2. Logística e gestão económica

- 2.1. Diagnóstico financeiro
  - 2.1.1. Indicadores para a análise das demonstrações financeiras
  - 2.1.2. Análise de rentabilidade
  - 2.1.3. Rentabilidade económica e financeira de uma empresa
- 2.2. Análise económica das decisões
  - 2.2.1. Controlo Orçamental
  - 2.2.2. Análise da competência. Análise comparativa
  - 2.2.3. Tomada de decisões. Investimento ou desinvestimento empresarial
- 2.3. Avaliação de investimentos e gestão de portfólios
  - 2.3.1. Rentabilidade dos projetos de investimento e criação de valor
  - 2.3.2. Modelos para avaliação de projetos de investimento
  - 2.3.3. Análise de sensibilidade, construção de cenários e árvores de decisão
- 2.4. Gestão de logística de compras
  - 2.4.1. Gestão de stocks
  - 2.4.2. Gestão de armazéns
  - 2.4.3. Gestão de compras e aquisições
- 2.5. Gestão da Cadeia de Abastecimento
  - 2.5.1. Despesas e eficiência da cadeia de operações
  - 2.5.2. Mudança nos padrões de procura
  - 2.5.3. Mudança na estratégia das operações
- 2.6. Processos logísticos
  - 2.6.1. Organização e gestão de processos
  - 2.6.2. Abastecimento, produção, distribuição
  - 2.6.3. Qualidade, despesas de qualidade e ferramentas
  - 2.6.4. Serviço pós-venda

- 2.7. Logística e clientes
  - 2.7.1. Análise e previsão da procura
  - 2.7.2. Previsão e planeamento das vendas
  - 2.7.3. Collaborative planning, forecasting and replacement
- 2.8. Logística internacional
  - 2.8.1. Alfândegas, processos de exportação e importação
  - 2.8.2. Métodos e meios de pagamento internacionais
  - 2.8.3. Plataformas logísticas a nível internacional

### Módulo 3. Gestão comercial

- 3.1. Negociação comercial
  - 3.1.1. Inteligência emocional em negociação e vendas
  - 3.1.2. Automotivação e empatia
  - 3.1.3. Desenvolvimento da capacidade de negociação
- 3.2. Fundamentos da gestão comercial
  - 3.2.1. Análise interna e externa. SWOT
  - 3.2.2. Análise setorial e competitiva
  - 3.2.3. Modelo CANVAS
- 3.3. Tomada de decisões em gestão comercial
  - 3.3.1. Estratégia empresarial e estratégia competitiva
  - 3.3.2. Modelos de tomada de decisão
  - 3.3.3. Analíticas e ferramentas de tomada de decisão
- 3.4. Direção e gestão da rede de vendas
  - 3.4.1. Planeamento da campanha de vendas
  - 3.4.2. Redes ao serviço da atividade comercial
  - 3.4.3. Políticas de seleção e formação de vendedores
  - 3.4.4. Sales Management
- 3.5. Implementação da função comercial
  - 3.5.1. Contrato comercial
  - 3.5.2. Controlo da atividade comercial
  - 3.5.3. O código de ética do agente comercial
- 3.6. Gestão financeira e orçamental
  - 3.6.1. Balanced scorecard
  - 3.6.2. Controlo do plano anual de vendas
  - 3.6.3. Impacto financeiro das decisões estratégicas

### Módulo 4. Pesquisas de mercado

- 4.1. Novo ambiente competitivo
  - 4.1.1. Inovação tecnológica e impacto económico
  - 4.1.2. Sociedade do conhecimento
  - 4.1.3. O novo perfil do consumidor
- 4.2. Métodos e técnicas de investigação quantitativa
  - 4.2.1. Variáveis e escalas de medição
  - 4.2.2. Fontes de informação
  - 4.2.3. Técnicas de amostragem
  - 4.2.4. Tratamento e análise de dados
- 4.3. Métodos e técnicas de investigação qualitativa
  - 4.3.1. Técnicas diretas Focus Group
  - 4.3.2. Técnicas antropológicas
  - 4.3.3. Técnicas indiretas
  - 4.3.4. Two face mirror e método Delphi
- 4.4. Pesquisas de mercado online
  - 4.4.1. Ferramentas de investigação quantitativa nos mercados online
  - 4.4.2. Ferramentas dinâmicas de investigação qualitativa de clientes
  - 4.4.3. Análise e interpretação dos dados obtidos
- 4.5. Segmentação de mercados
  - 4.5.1. Tipologias de mercado
  - 4.5.2. Conceito e análise da procura
  - 4.5.3. Segmentação e critérios
  - 4.5.4. Definição do público-alvo
- 4.6. Tipos de comportamento de compra
  - 4.6.1. Comportamento complexo
  - 4.6.2. Comportamento redutor da dissonância
  - 4.6.3. Comportamento de procura variado
  - 4.6.4. Comportamento habitual de compra
- 4.7. Sistemas de informação em gestão comercial
  - 4.7.1. Abordagens conceptuais do sistema de informação de Direção Comercial
  - 4.7.2. Data Warehouse and Data Mining
  - 4.7.3. Sistemas de informação geográfica

- 4.8. Gestão de projetos de investigação
  - 4.8.1. Ferramentas de análise de informação
  - 4.8.2. Desenvolvimento do plano de gestão de expectativas
  - 4.8.3. Avaliação da viabilidade do projeto
- 4.9. Marketing intelligence aplicado à gestão comercial
  - 4.9.1. Big Data
  - 4.9.2. Experiência do utilizador
  - 4.9.3. Aplicação de técnicas
- 4.10. Agências, meios e canais online
  - 4.10.1. Agências integradas, criativas e online
  - 4.10.2. Media tradicionais e novos media
  - 4.10.3. Canais online
  - 4.10.4. Outros players digitais

## Módulo 5. Planeamento da campanha de vendas

- 5.1. Análise da carteira de clientes
  - 5.1.1. Planeamento de clientes
  - 5.1.2. Classificação de clientes
- 5.2. Segmentação comercial
  - 5.2.1. Análise dos canais de distribuição, zonas de venda e produtos
  - 5.2.2. Preparação das zonas comerciais
  - 5.2.3. Execução do plano de visitas
- 5.3. Seleção de clientes alvo (CRM)
  - 5.3.1. Conceção de um e-CRM
  - 5.3.2. Implicações e limitações do RGPD
  - 5.3.3. Orientação para o consumidor
  - 5.3.4. Planeamento 1 para 1
- 5.4. Gestão de contas-chave
  - 5.4.1. Identificação de contas-chave
  - 5.4.2. Benefícios e riscos do key account manager
  - 5.4.3. Vendas e key account management
  - 5.4.4. Fases da ação estratégica da Agência KAM



- 5.5. Previsão de vendas
  - 5.5.1. Previsão de negócios e previsão de vendas
  - 5.5.2. Métodos de previsão de vendas
  - 5.5.3. Aplicações práticas de previsão de vendas
- 5.6. Definição de objetivos de vendas
  - 5.6.1. Coerência dos objetivos empresariais, comerciais e de vendas
  - 5.6.2. Programação de objetivos e orçamentos detalhados
  - 5.6.3. Distribuição dos alvos por unidades de negócio
  - 5.6.4. Objetivos de vendas e participação
- 5.7. Taxas de vendas e a sua fixação
  - 5.7.1. Taxas de atividade
  - 5.7.2. Taxas de volume e rentabilidade
  - 5.7.3. Taxas de participação
  - 5.7.4. Contribuições económicas e financeiras
  - 5.7.5. Sazonalidade e taxas
- 5.8. Plano de contingência
  - 5.8.1. Sistemas de informação e controlo de vendas
  - 5.8.2. Painel de instrumentos
  - 5.8.3. Medidas corretivas e planos de contingência

## Módulo 6. Organização de vendas e da equipa de vendas

- 6.1. Organização comercial
  - 6.1.1. Introdução à organização comercial
  - 6.1.2. Estruturas comerciais mais típicas
  - 6.1.3. Organização das delegações
  - 6.1.4. Desenvolvimento de modelos de organização empresarial
- 6.2. Organização da rede de vendas
  - 6.2.1. Organograma do departamento
  - 6.2.2. Conceção da rede de vendas
  - 6.2.3. Realidade multicanal
- 6.3. Análise do mercado interno
  - 6.3.1. Definição de Cadeia de Serviços
  - 6.3.2. Análise da Qualidade do Serviço
  - 6.3.3. Benchmarking de produtos
  - 6.3.4. Fatores-chave de sucesso empresarial

- 6.4. Estratégia de vendas
  - 6.4.1. Métodos de venda
  - 6.4.2. Estratégias de captação
  - 6.4.3. Estratégias de serviços
- 6.5. Go-to-market Strategy
  - 6.5.1. Channel Management
  - 6.5.2. A Vantagem Competitiva
  - 6.5.3. Força de vendas
- 6.6. Controlo da atividade comercial
  - 6.6.1. Rácios-chave e métodos de controlo
  - 6.6.2. Ferramentas de monitorização
  - 6.6.3. Metodologia do Balanced Scorecard
- 6.7. Organização do serviço pós-venda
  - 6.7.1. Ações pós-venda
  - 6.7.2. Relações com o cliente
  - 6.7.3. Autoanálise e melhoria
- 6.8. Auditoria comercial
  - 6.8.1. Possíveis linhas de intervenção
  - 6.8.2. Auditoria comercial expressa
  - 6.8.3. Avaliação estratégica da equipa
  - 6.8.4. Avaliação da política de marketing

## Módulo 7. Seleção, formação e coaching da rede de vendas

- 7.1. Gestão do capital humano
  - 7.1.1. Capital intelectual O ativo intangível do conhecimento
  - 7.1.2. Talent Acquisition
  - 7.1.3. Prevenir a perda de recursos humanos
- 7.2. Seleção da equipa de vendas
  - 7.2.1. Ações de recrutamento
  - 7.2.2. Perfis de fornecedores
  - 7.2.3. Entrevista
  - 7.2.4. Plano de acolhimento

- 7.3. Formação de vendedores de alto nível
  - 7.3.1. Plano de formação
  - 7.3.2. Características e atividades do vendedor
  - 7.3.3. Formação e gestão de equipas de alto desempenho
- 7.4. Gestão da Formação
  - 7.4.1. Teorias da aprendizagem
  - 7.4.2. Identificação e retenção de talento
  - 7.4.3. Gamificação e gestão de talento
  - 7.4.4. Formação e obsolescência profissional
- 7.5. Coaching pessoal e inteligência emocional
  - 7.5.1. Inteligência emocional aplicada às técnicas de venda
  - 7.5.2. Assertividade, empatia e escuta ativa
  - 7.5.3. Autoestima e linguagem emocional
  - 7.5.4. Inteligências múltiplas
- 7.6. Motivação
  - 7.6.1. A natureza da motivação
  - 7.6.2. Teoria das expectativas
  - 7.6.3. Teorias das necessidades
  - 7.6.4. Motivação e compensação financeira
- 7.7. Remuneração das redes de venda
  - 7.7.1. Sistemas de remuneração
  - 7.7.2. Sistemas de incentivo e compensação
  - 7.7.3. Distribuição de rubricas salariais
- 7.8. Compensação e benefícios não económicos
  - 7.8.1. Programas de qualidade de vida no trabalho
  - 7.8.2. Ampliação e enriquecimento do posto
  - 7.8.3. Horário de trabalho flexível e partilha de empregos

## Módulo 8. Processo da atividade comercial

- 8.1. Desenvolvimento do processo de venda
  - 8.1.1. Metodologia no processo de venda
  - 8.1.2. Captação de atenção e argumentação
  - 8.1.3. Objeções e demonstrações
- 8.2. Preparação da visita comercial
  - 8.2.1. Estudo das fichas de cliente
  - 8.2.2. Estabelecer objetivos de vendas para o cliente
  - 8.2.3. Preparação da entrevista
- 8.3. Realização da visita comercial
  - 8.3.1. Apresentação ao cliente
  - 8.3.2. Determinação das necessidades
  - 8.3.3. Argumentação
- 8.4. Psicologia e técnicas de venda
  - 8.4.1. Noções de psicologia aplicadas às vendas
  - 8.4.2. Técnicas para melhorar a comunicação verbal e não verbal
  - 8.4.3. Fatores de influência no comportamento dos consumidores
- 8.5. Negociar e fechar a venda
  - 8.5.1. Fases da negociação
  - 8.5.2. Táticas de negociação
  - 8.5.3. Encerramento e envolvimento do cliente
  - 8.5.4. Análises da visita comercial
- 8.6. O processo de fidelização
  - 8.6.1. Conhecimento profundo do cliente
  - 8.6.2. O processo comercial a realizar com o cliente
  - 8.6.3. O valor do cliente para a empresa

## Módulo 9. Customer relationship management

- 9.1. Conhecendo o mercado e o consumidor
  - 9.1.1. Open innovation
  - 9.1.2. Inteligência sobre a Concorrência
  - 9.1.3. Economia de partilha

- 9.2. CRM e marketing relacional
  - 9.2.1. Filosofia empresarial ou orientação estratégica
  - 9.2.2. Identificação e diferenciação do cliente
  - 9.2.3. A empresa e os seus stakeholders
  - 9.2.4. Clienting
- 9.3. Database marketing e customer relationship management
  - 9.3.1. Aplicações do database marketing
  - 9.3.2. Legislação e regulamentação
  - 9.3.3. Fontes de informação, armazenamento e processamento
- 9.4. Psicologia e comportamento do consumidor
  - 9.4.1. O estudo do comportamento dos consumidores
  - 9.4.2. Fatores internos e externos do consumidor
  - 9.4.3. Processo de decisão do consumidor
  - 9.4.4. Consumismo, sociedade, marketing e ética
- 9.5. Áreas de CRM management
  - 9.5.1. Atendimento ao Cliente
  - 9.5.2. Gestão da Força de Vendas
  - 9.5.3. Serviço ao cliente
- 9.6. Marketing consumer centric
  - 9.6.1. Segmentação
  - 9.6.2. Análise de rentabilidade
  - 9.6.3. Estratégias de fidelização do cliente
- 9.7. Técnicas de Gestão CRM
  - 9.7.1. Marketing direto
  - 9.7.2. Integração multicanal
  - 9.7.3. Marketing viral
- 9.8. Vantagens e perigos da implementação do CRM
  - 9.8.1. CRM, vendas e custos
  - 9.8.2. Satisfação e lealdade do cliente
  - 9.8.3. Implementação tecnológica
  - 9.8.4. Erros estratégicos e de gestão

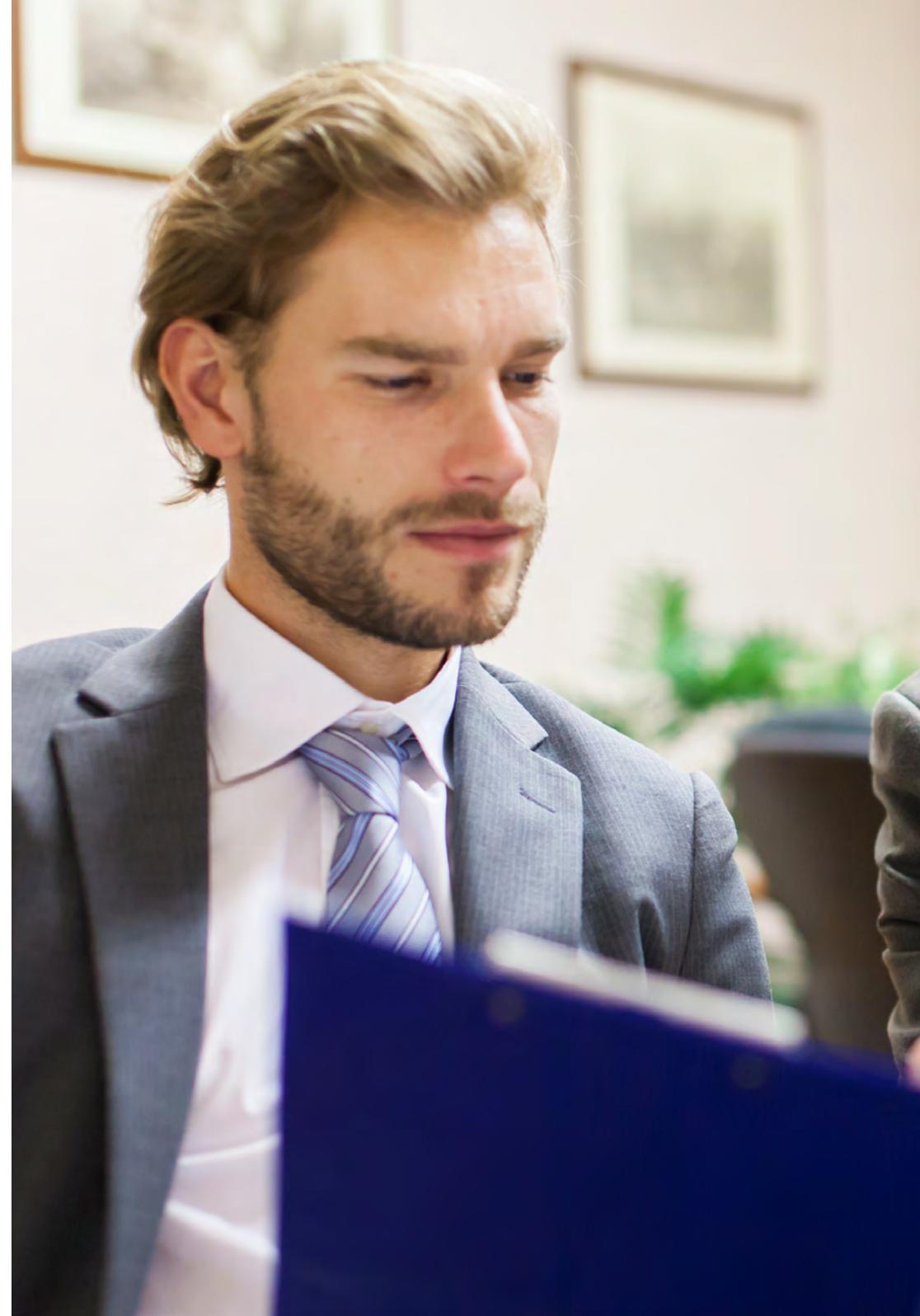
## Módulo 10. Integração dos canais digitais na estratégia comercial

- 10.1. Digital e-commerce management
  - 10.1.1. Novos modelos de negócio e-commerce
  - 10.1.2. Planeamento e desenvolvimento de um plano estratégico de comércio eletrónico
  - 10.1.3. Estrutura tecnológica em e-commerce
- 10.2. Implementar técnicas de e-commerce
  - 10.2.1. Meios de comunicação social e integração no plano de comércio eletrónico
  - 10.2.2. Estratégia multicanal
  - 10.2.3. Personalização de dashboards
- 10.3. Fixação de preços digital
  - 10.3.1. Métodos de pagamento e gateways online
  - 10.3.2. Promoções eletrónicas
  - 10.3.3. Temporização digital de preços
  - 10.3.4. *e-auctions*
- 10.4. Do e-commerce ao m-commerce e s-commerce
  - 10.4.1. Modelos de negócio dos e-marketplaces
  - 10.4.2. *S-Commerce e experiência de marca*
  - 10.4.3. Compras através de dispositivos móveis
- 10.5. *Customer intelligence: do e-CRM ao s-CRM*
  - 10.5.1. Integração do consumidor na cadeia de valor
  - 10.5.2. Técnicas de investigação e fidelização online
  - 10.5.3. Planeamento de uma estratégia de gestão da relação com o cliente
- 10.6. Gestão de comunidades virtuais: community management
  - 10.6.1. Mudanças nos paradigmas de comunicação
  - 10.6.2. Business intelligence e consumidor 2.0
  - 10.6.3. Gestão de redes e de comunidades
  - 10.6.4. Gestão de conteúdo em Social Media
  - 10.6.5. Monitorização, análise e resultados em Social Media

- 10.7. Plano de redes sociais
  - 10.7.1. Elaboração de um plano de social media
  - 10.7.2. Definição da estratégia a seguir em cada meio
  - 10.7.3. Protocolo de contingência em caso de crise
- 10.8. Web analytics e social media intelligence
  - 10.8.1. Estabelecimento de objetivos e KPIs
  - 10.8.2. ROI em marketing digital
  - 10.8.3. Visualização e interpretação de dashboards

### **Módulo 11. Comércio e marketing internacional**

- 11.1. Estudos de mercados internacionais
  - 11.1.1. Marketing de Mercados Emergentes
  - 11.1.2. Análise PEST
  - 11.1.3. O quê, como e de onde exportar?
  - 11.1.4. Estratégias de marketing-mix internacional
- 11.2. Segmentação internacional
  - 11.2.1. Critérios de segmentação de mercados a nível internacional
  - 11.2.2. Nichos de mercado
  - 11.2.3. Estratégias de segmentação internacional
- 11.3. Posicionamento internacional
  - 11.3.1. Branding em mercados internacionais
  - 11.3.2. Estratégias de posicionamento nos mercados internacionais
  - 11.3.3. Marcas globais, regionais e locais
- 11.4. Estratégias de produto em mercados internacionais
  - 11.4.1. Modificação, adaptação e diversificação de produtos
  - 11.4.2. Produtos padronizados globais
  - 11.4.3. O portfólio de produto
- 11.5. Preços e exportações
  - 11.5.1. Cálculo dos preços de exportação
  - 11.5.2. Incoterms
  - 11.5.3. Estratégia de preços internacional





- 11.6. Qualidade no comércio internacional
  - 11.6.1. Qualidade no comércio internacional
  - 11.6.2. Normas e certificações
  - 11.6.3. Marcação CE
- 11.7. Promoção internacional
  - 11.7.1. O MIX de promoção internacional
  - 11.7.2. Publicidade
  - 11.7.3. Feiras internacionais
  - 11.7.4. Marca País
- 11.8. Distribuição através de canais internacionais
  - 11.8.1. Channel and Trade Marketing
  - 11.8.2. Consórcios de exportação
  - 11.8.3. Tipos de exportação e comércio externo

“*Impulsione a sua carreira com um ensino holístico que lhe permite progredir tanto a nível teórico como prático*”

# 07

# Estágios

Após superar a modalidade teórica online, o profissional estará pronto a iniciar o seu estágio numa empresa de prestígio. Desta forma, terá a oportunidade de testar as suas competências e conhecimentos, preparando-se para enfrentar qualquer situação futura.



“

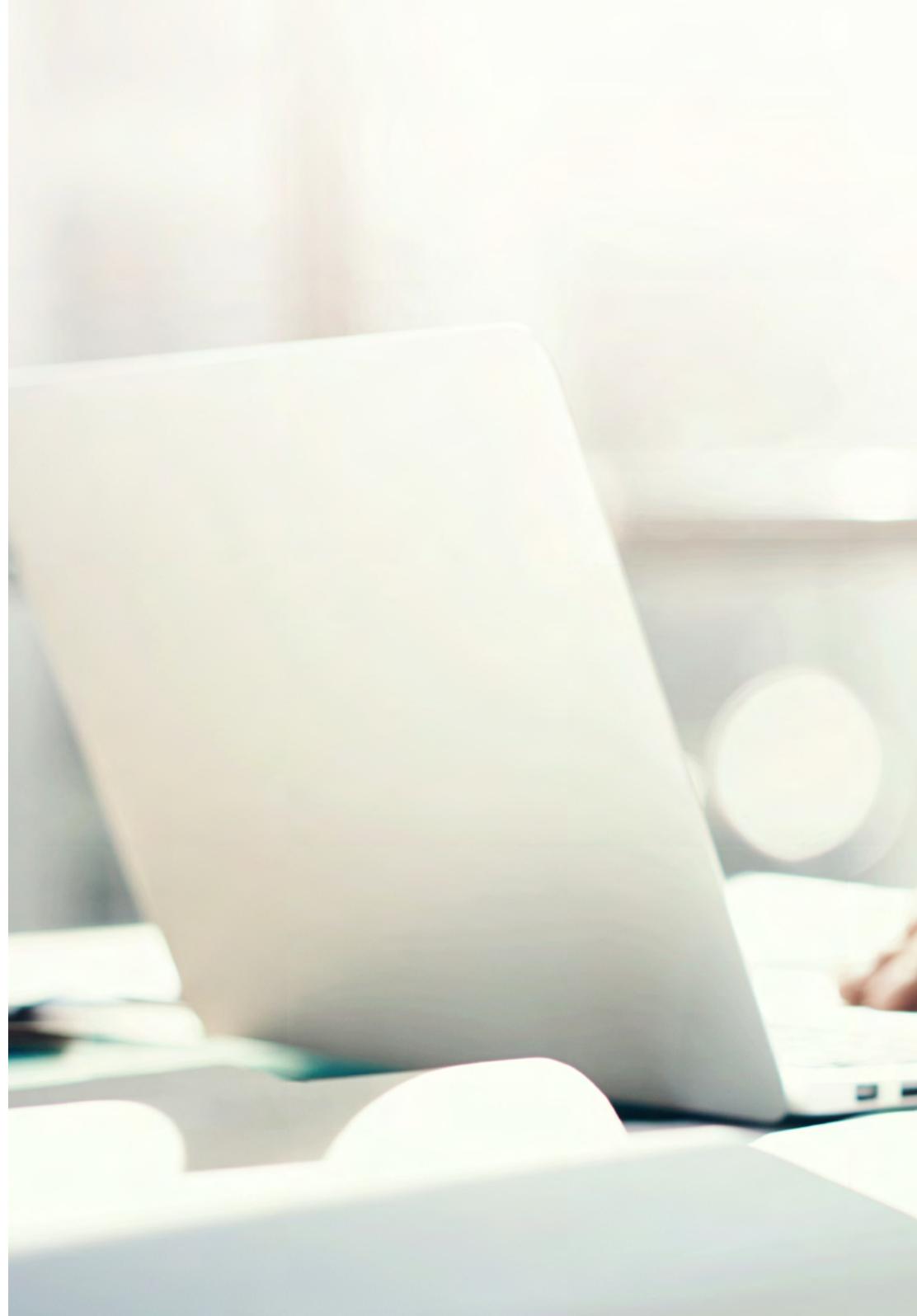
*Estará na vanguarda do desenvolvimento do processo de vendas graças a este Mestrado Próprio b-learning em Gestão Comercial e Vendas”*

A fase prática será, sem dúvida, o ápice de um percurso académico que termina com este estágio intensivo. Assim, este curso em Gestão Comercial e Vendas inclui um estágio de 3 semanas numa prestigiada empresa do setor. Assim, de segunda a sexta-feira, o aluno estará junto de profissionais especializados nesta área de forma a poder comprovar em primeira mão os avanços mais relevantes no planeamento e implementação de estratégias comerciais.

Tudo isto num cenário único, rodeado dos melhores especialistas e de um ambiente empresarial de primeira classe. Desta forma, o profissional desempenhará um papel ativo, realizando atividades centradas na colaboração, no desenvolvimento de ações centradas na logística, na gestão do capital humano ou na implementação de planos de visitas comerciais.

A TECH oferece assim uma experiência eficaz que dá uma resposta real aos profissionais que desejam prosperar no seu setor através de uma experiência prática que lhe mostrará como é o trabalho quotidiano do pessoal encarregado de dirigir a importante gestão comercial e de vendas numa perspetiva local, nacional e internacional. Uma nova forma de poder potenciar as competências dos profissionais.

A parte prática será realizada com a participação ativa do aluno na realização das atividades e procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e orientação dos professores e outros colegas de formação que facilitam o trabalho em equipa e a integração multidisciplinar como competências transversais à praxis de Gestão Comercial e Vendas (aprender a ser e aprender a relacionar-se).



Os procedimentos descritos a seguir constituirão a base da parte prática da capacitação e a sua aplicação está sujeita à disponibilidade do centro e à sua carga de trabalho, sendo as atividades propostas as seguintes:

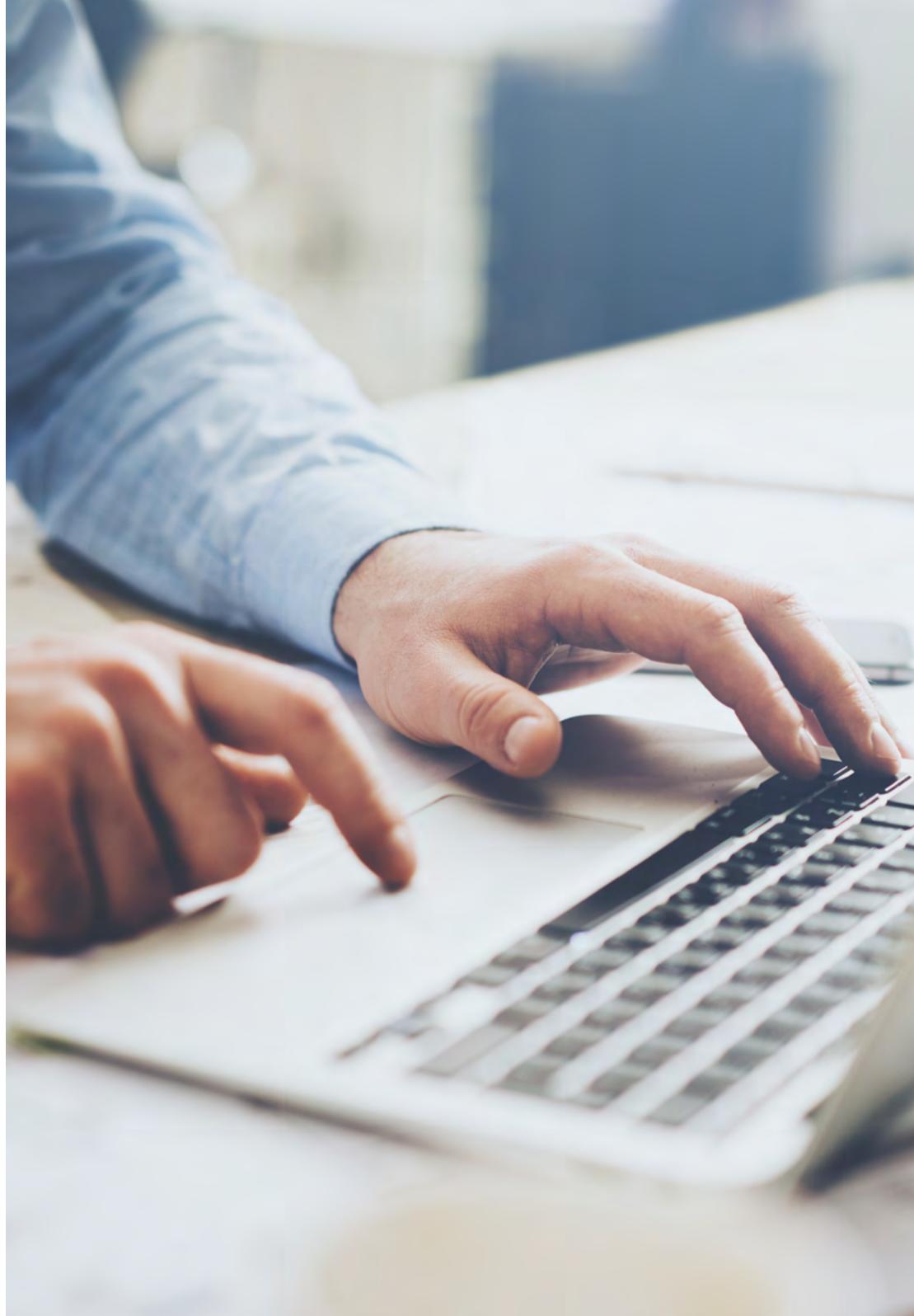
Módulo	Atividade Prática
Logística e gestão económica	Analisar a concorrência com uma análise comparativa
	Colaborar na gestão de stocks, armazéns e aprovisionamento na gestão de logística de compras
	Oferecer apoio ao serviço pós-venda
	Efetuar a análise da procura e a previsão da logística
	Contribuir para o planeamento das vendas
Gestão comercial	Efetuar análises SWOT, setoriais e da concorrência
	Colaborar no planeamento da campanha de vendas
	Efetuar o controlo da atividade comercial
	Prestar apoio no controlo do plano anual de vendas
Organização de vendas e da equipa de vendas	Colaborar na organização da rede de vendas por organigrama departamental
	Efetuar a análise da qualidade do serviço
	Implementar estratégias de captação e serviços em vendas
	Utilizar ferramentas de supervisão no controlo da atividade comercial
	Realizar o método do <i>balanced scorecard</i> e as ações de pós-venda
Integração dos canais digitais na estratégia comercial	Fazer parte da equipa que desenvolve o planeamento e o desenvolvimento de um plano estratégico de comércio eletrónico
	Contribuir para o planeamento de uma estratégia de gestão da relação com o cliente
	Monitorizar e analisar os resultados da estratégia comercial nas redes sociais
	Colaborar na elaboração de um plano de redes sociais
Processo da atividade comercial	Preparar uma visita comercial após a realização de um estudo do cliente e preparação da entrevista
	Realizar estratégias de negociação e concretização da venda
	Aplicar noções de psicologia no processo de venda
	Efetuar a análise final da visita comercial

## Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de formação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para tal, esta entidade educativa compromete-se a fazer um seguro de responsabilidade civil que cubra qualquer eventualidade que possa surgir durante o período de estágio no centro onde se realiza a formação prática.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceite antes do início da formação prática. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa prático no centro.



## Condições gerais da formação prática

As condições gerais da convenção de estágio para o programa são as seguintes:

**1. ORIENTAÇÃO:** durante o Master b-learning, o aluno terá dois orientadores que o acompanharão durante todo o processo, resolvendo todas as dúvidas e questões que possam surgir. Por um lado, haverá um orientador profissional pertencente ao centro de estágios, cujo objetivo será orientar e apoiar o estudante em todos os momentos. Por outro lado, será também atribuído um orientador académico, cuja missão será coordenar e ajudar o aluno ao longo de todo o processo, esclarecendo dúvidas e auxiliando-o em tudo o que necessitar. Desta forma, o profissional estará sempre acompanhado e poderá esclarecer todas as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática como académica.

**2. DURAÇÃO:** o programa de estágio terá a duração de 3 semanas consecutivas de formação prática, distribuídas por turnos de 8 horas, em 5 dias por semana. Os dias de comparência e o horário serão da responsabilidade do centro, informando o profissional devidamente e antecipadamente, com tempo suficiente para facilitar a sua organização.

**3. NÃO COMPARÊNCIA:** em caso de não comparência no dia do início do Master b-learning, o aluno perderá o direito ao mesmo sem possibilidade de reembolso ou de alteração de datas. A ausência por mais de 2 dias de estágio, sem causa justificada/médica, implica a anulação do estágio e, por conseguinte, a sua rescisão automática. Qualquer problema que surja no decurso da participação no estágio deve ser devidamente comunicado, com carácter de urgência, ao orientador académico.

**4. CERTIFICAÇÃO:** o aluno que concluir o Master b-learning receberá um certificado que acreditará a sua participação no centro em questão.

**5. RELAÇÃO PROFISSIONAL:** o Master b-learning não constitui uma relação profissional de qualquer tipo.

**6. ESTUDOS PRÉVIOS:** alguns centros podem solicitar um certificado de estudos prévios para a realização do Master b-learning. Nestes casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágios da TECH, para que seja confirmada a atribuição do centro selecionado.

**7. NÃO INCLUI:** o Master b-learning não incluirá qualquer elemento não descrito nas presentes condições. Por conseguinte, não inclui alojamento, transporte para a cidade onde se realizam os estágios, vistos ou qualquer outro serviço não descrito acima.

No entanto, o aluno poderá consultar o seu orientador académico se tiver qualquer dúvida ou recomendação a este respeito. Este fornecer-lhe-á todas as informações necessárias para facilitar os procedimentos envolvidos.

# 08

## Onde posso fazer os estágios?

Na sua máxima de oferecer aos alunos uma experiência única no desenvolvimento das suas competências, a TECH oferece-lhe a oportunidade de pôr em prática os conhecimentos teóricos sobre Gestão Comercial e Vendas adquiridos numa empresa especializada. Desta forma, especializar-se-á ao lado de profissionais experientes, impulsionando a sua carreira para o mais alto nível deste setor. Além disso, a nossa instituição adapta-se às necessidades e preferências do aluno, permitindo-lhe escolher o destino que melhor se adapta às suas necessidades.





“

*Aprenda com os melhores profissionais.  
Aposte nesta formação prática e aumente  
as suas oportunidades de emprego”*

# tech 42 | Onde posso fazer os estágios?



Os alunos podem efetuar a parte prática deste Mestrado Próprio b-learning nos seguintes centros:



Escola de Gestão

## Dorsia Santa Engracia

País: Espanha  
Cidade: Madrid

Endereço: Calle de Sta Engracia, 153, 28003 Madrid

Clínica especializada em Medicina Estética e Cirurgia Plástica e Reconstructiva

### Formações práticas relacionadas:

- Gestão Comercial e Vendas
- Medicina Estética



Escola de Gestão

## OVB Donostia

País: Espanha  
Cidade: Gipuzkoa

Endereço: Calle Portuetxe 37, 1- Oficina 8, San Sebastián, 20018

A OVB España, fundada em 2002, centra-se no planeamento financeiro integral a longo prazo e orientado principalmente para os clientes particulares

### Formações práticas relacionadas:

- Gestão Comercial e Vendas



Escola de Gestão

## ultimafiesta.com

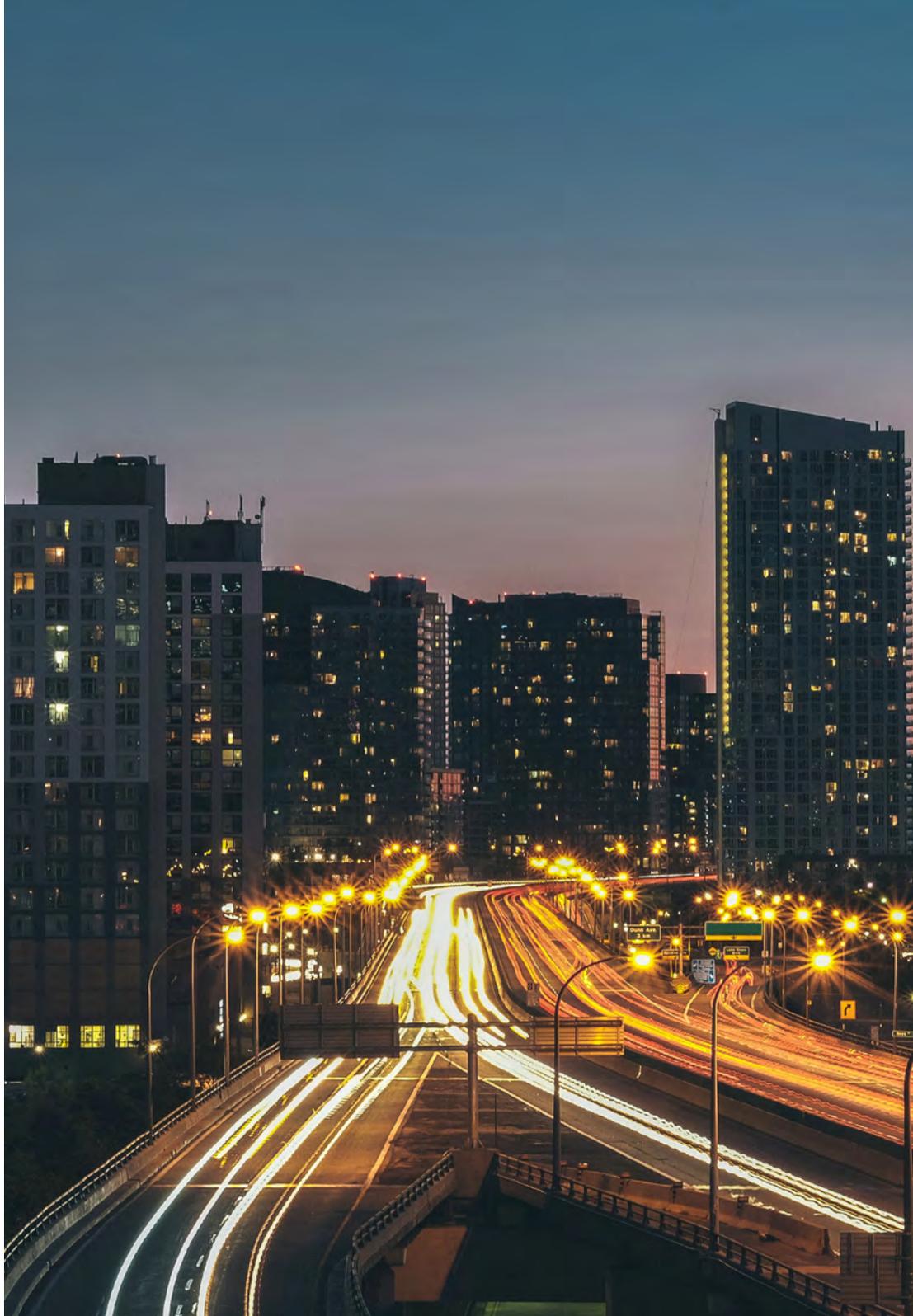
País: Espanha  
Cidade: León

Endereço: El Río, 9, 24359 Seisón de la Vega

Pessoas que querem dignificar e celebrar a vida no momento da morte

### Formações práticas relacionadas:

- Organização de Eventos
- Gestão Comercial e Vendas





**Escola de Gestão**

### Innovación Gráfica

País: México  
Cidade: Cidade do México

Endereço: Calle Juan de Dios Peza N° 115, Col Obrera, CP. 06800, CDMX

Entidade especializada em marketing e arquitetura comercial

---

**Formações práticas relacionadas:**

- Gestão Comercial e Vendas
- MBA em Marketing Digital



**Escola de Gestão**

### Gaming Partners

País: México  
Cidade: Cidade do México

Endereço: Poniente 75 Col. 16 de septiembre Alcaldía Miguel Hidalgo

Empresa especializada no marketing de jogos e no desenvolvimento de videojogos

---

**Formações práticas relacionadas:**

- Gestão de Pessoas
- Gestão Comercial e Vendas



**Escola de Gestão**

### Coppel

País: México  
Cidade: Sinaloa

Endereço: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Empresa especializada em serviços financeiros e de consultoria

---

**Formações práticas relacionadas:**

- MBA em Marketing Digital
- Design Gráfico



**Escola de Gestão**

### CBM Innovación en Estrategias SAS

País: México  
Cidade: Cidade do México

Endereço: Cda. 16 de Septiembre 4, Centro, 56100 Texcoco, Edo. de Méx.

Entidade especializada na promoção comercial digital e offline

---

**Formações práticas relacionadas:**

- MBA em Marketing Digital
- MBA em Gestão de Business Intelligence



**Escola de Gestão**

### Frsko Marketing

País: México  
Cidade: Cidade do México

Endereço: Av. Marina Nacional 385-Piso 6, Oficina 610, Verónica Anzúres, Miguel Hidalgo, 11370, CDMX, México

Empresa especializada em marketing digital, branding e comunicação

---

**Formações práticas relacionadas:**

- MBA em Gestão de Marketing (CMO, Chief Marketing Officer)
- Gestão Comercial e Vendas



### Veterinaria UCLE

Pais	Cidade
Argentina	Córdoba

Endereço: Maestro Vidal 1600, X5001 Córdoba, Argentina

Clínica veterinária especializada em hospitalização e urgências

**Formações práticas relacionadas:**

- Gestão Comercial e Vendas
- Cirurgia Veterinária em Animais de Pequeno Porte



### Lo Bruno Estructuras S.A.

Pais	Cidade
Argentina	Santiago del Estero

Endereço: Fray L. Beltrán y 1º Teniente Ardiles. Parque Industrial- La Banda, Santiago del Estero

Empresa especializada no fabrico de materiais de construção

**Formações práticas relacionadas:**

- Gestão Comercial e Vendas
- Infraestrutura e Engenharia civil





### Escola de Gestão

#### Web Experto

País	Cidade
Argentina	Santa Fé

Endereço: Lamadrid 470 Nave 1 1º piso  
Oficina 17, Rosario, Santa Fe

Empresa de gestão digital e orientação web

#### Formações práticas relacionadas:

- Gestão Comercial e Vendas
- MBA em Marketing Digital



### Escola de Gestão

#### Clínica Veterinaria Panda

País	Cidade
Argentina	Cidade Autónoma de Buenos Aires

Endereço: Ruiz Huidobro 4771 Saavedra,  
Ciudad de Buenos Aires

Clínica Veterinaria Panda com 25 anos de experiência e cinco localizações na cidade de Buenos Aires

#### Formações práticas relacionadas:

- Medicina Interna para Animais de Pequeno Porte
- Urgências Veterinárias para Animais de Pequeno Porte

09

# Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*

## A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”*



*Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.*



## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

*“O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais”*

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

*O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.*

## Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

*O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.*

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

*O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.*

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



#### Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



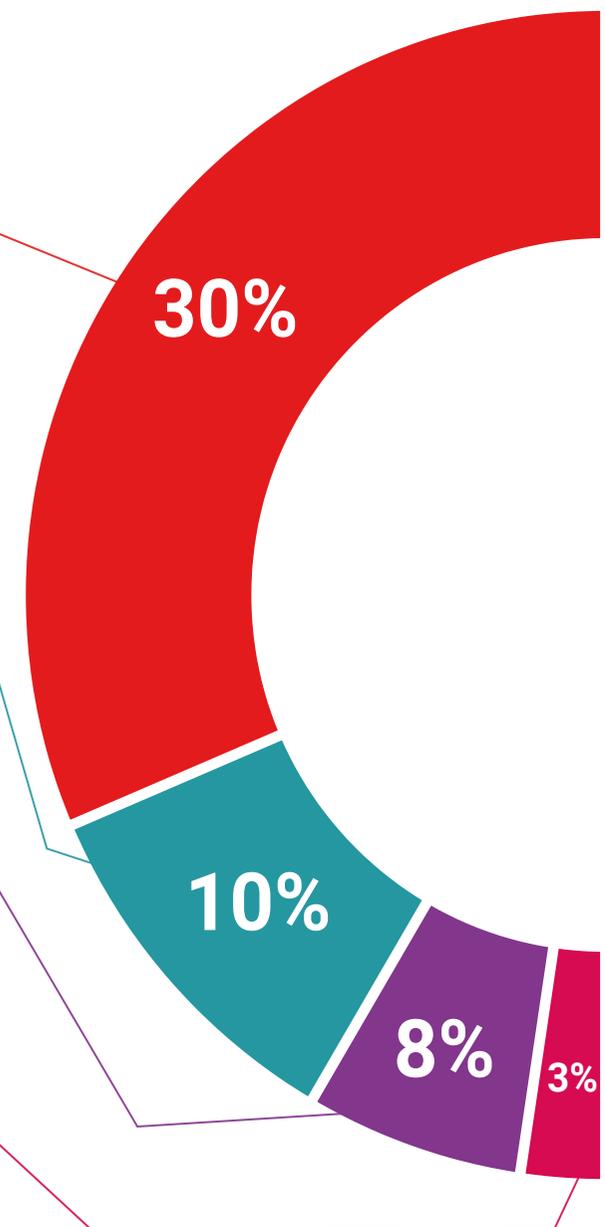
#### Práticas de aptidões e competências

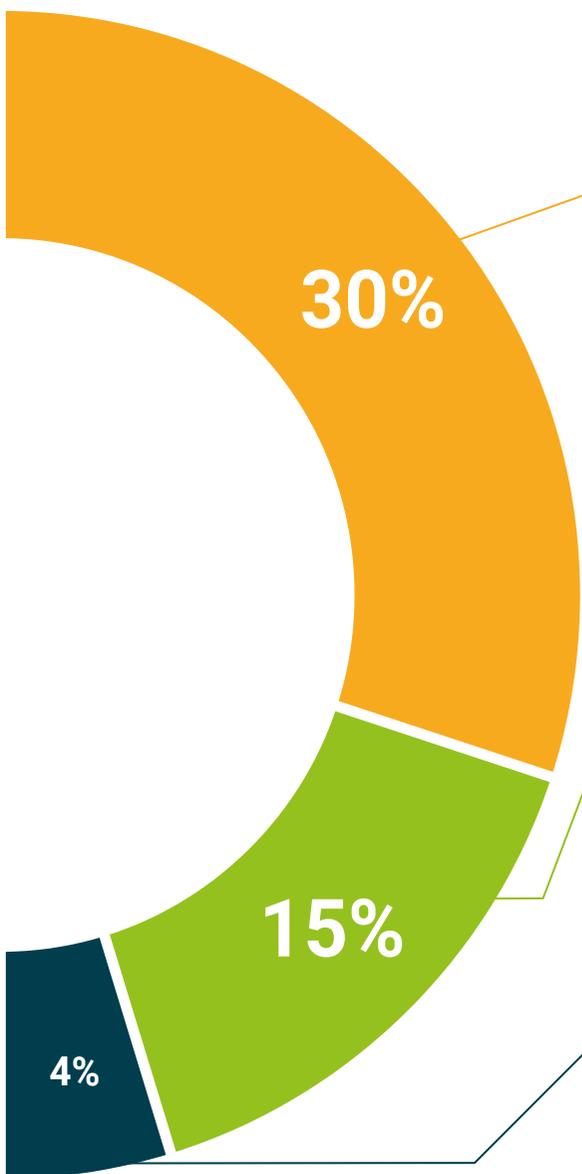
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



#### Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





#### Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.



#### Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



#### Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



# 10 Certificação

O Mestrado Próprio b-learning em Gestão Comercial e Vendas garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Mestrado Próprio b-learning emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Mestrado Próprio b-learning em Gestão Comercial e Vendas** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do panorama profissional e académico.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado\* de Mestrado Próprio b-learning, emitido pela TECH Universidade Tecnológica, que acreditará a aprovação nas avaliações e a aquisição das competências do programa.

Para além do certificado de conclusão, o aluno poderá obter uma declaração, bem como o certificado do conteúdo programático. Para tal, deve contactar o seu orientador académico, que lhe fornecerá todas as informações necessárias.

Certificação: **Mestrado Próprio b-learning em Gestão Comercial e Vendas**

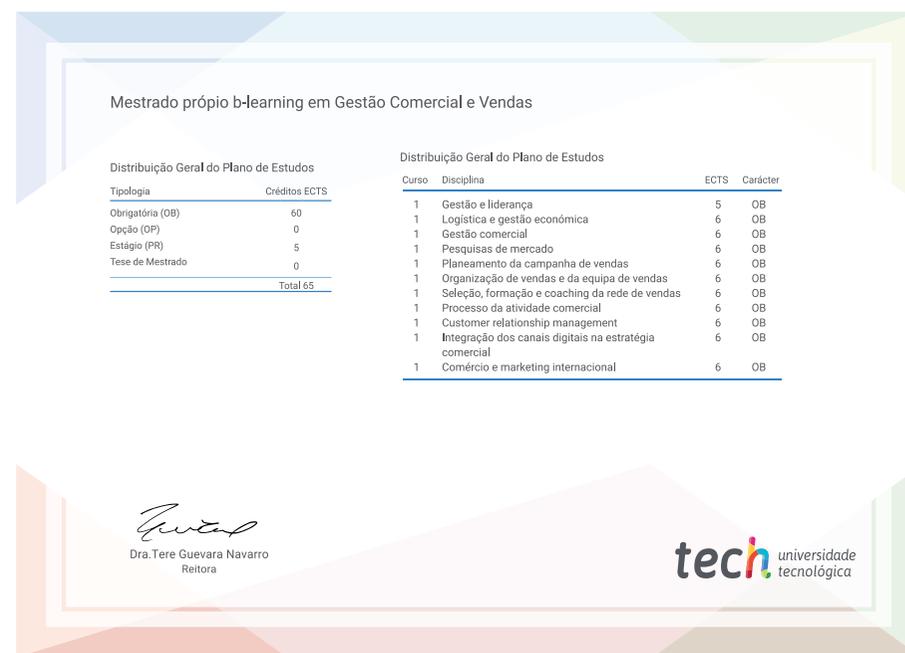
Modalidade: **B-learning (Online + Estágios)**

Duração: **12 meses**

Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**

Créditos: **60 + 5 ECTS**

Carga horária: **1620 horas**



\*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro  
saúde confiança pessoas  
informação orientadores  
educação certificação ensino  
garantia aprendizagem  
instituições tecnologia  
comunidade compromisso  
atenção personalizada  
conhecimento  
presente  
desenvolvimento



## Mestrado Próprio b-learning Gestão Comercial e Vendas

Modalidade: B-learning (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Universidade Tecnológica

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

# Mestrado Próprio b-learning

## Gestão Comercial e Vendas

