



Curso: 02.13.01 – EDIOPSC

Empreendedorismo - Da Ideia à Operação do Produto/Serviço Criado

Máximo de Participantes: 9/12

Horas de Formação: 21/24

Data:

Horário:

Formador: João Carlos Martins Leitão Marques

CURRÍCULO SUCINTO DO FORMADOR:

Formação académica:

- Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação pelo Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE).
- Pós-graduação em Sistemas de Informação pelo Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE).
- Pós-graduação em Estudos da Paz e da Guerra nas Novas Relações Internacionais pela Universidade Autónoma de Lisboa (UAL).
- Licenciatura em Informática de Gestão pela Universidade Moderna de Lisboa (UML).

Certificações:

- Project Management Professional (PMP) (PMP n.º 2004420) pelo Project Management Institute (PMI) em 11JAN17 e válido até 11JAN29 (membro n.º 4424218).
- Scrum Master Certified (SMC) (Certificate ID 1022964) pelo SCRUMstudy em 08ABR24 e válido até 08ABR27.
- Scrum Fundamentals Certified (SFC) (Certificate ID 1025440) pelo SCRUMstudy em 09ABR24 e válido *ad eternum*.

Experiência profissional:

- Coordenador do Gabinete de Gestão de Projectos (*Project Management Office* (PMO)) da Empresa de Gestão Partilhada de Recursos na Administração Pública, EPE (GeRAP). Esta actividade, de coordenação dos Directores de Programas/Gestores de Projectos, visa a normalização de procedimentos e a disponibilização da informação de acompanhamento e controlo dos programas/projectos para o Conselho de Administração. Foi o responsável pela criação do referido gabinete e do respectivo desenho e implementação do processo de Acompanhamento e Controlo de projectos na empresa.
- Militar da Força Aérea Portuguesa com o posto de Major, tendo sido na sua carreira responsável na área da manutenção de material electrotécnico de aeronaves, formador na área da electrotecnia e gestor da formação responsável pelo programa de Formação de Apoio à Gestão e Modernização Administrativa da FAP.
- Formador/Consultor Sénior (CAP n.º EDF 5349/98 DCR, E-FOR 188/2020) nas áreas de conhecimento Gestão de Projectos (PMBOK), Gestão Ágil de Projectos (Scrum), Gestão por Objectivos, Gestão da Mudança (numa perspectiva estruturada), Empreendedorismo, Inovação e Criatividade no Desenvolvimento de Produtos/Serviços, CANVAS (Modelos de Negócio / Gestão de Projectos), Análise de Negócios (Business Analysis (BA)), Gestão de Processos de Negócio (Business Process Management (BPM)), Modelo e Notação de Processos de Negócio (BPMN), Elaboração de Planos de Negócio e Elaboração de Planos de Continuidade de Negócios (PCN/BCM).
- Como docente Universitário (Professor Assistente Convidado), exerceu docência durante nove anos lectivos nas áreas científicas da Informática e Gestão, na Universidade Moderna de Lisboa.

APRESENTAÇÃO:

- Na formação “Empreendedorismo - Da Ideia à Operação do Produto/Serviço Criado”, os participantes aprenderão a criar e implementar um negócio/actividade a partir de uma ideia ou de uma necessidade (resolução de um problema).
- Para tal, os formandos serão sensibilizados da importância, pertinência e vantagem do empreendedorismo, desenvolvendo competências e as ferramentas adequadas que permitam implementar as estratégias resultantes da decisão de empreender.

OBJECTIVOS:

No final deste curso os participantes saberão:

- Reconhecer o Empreendedorismo como uma “atitude” para a promoção da criatividade na concepção de novos Produtos/Serviços na Organização.
- Inovar, criar e implementar novos Produtos/Serviços.
- Identificar as necessidades/problemas dos clientes-alvo.
- Utilizar as ferramentas disponibilizadas que poderão usar em diferentes contextos.
- Implementar uma estratégia de Marketing Digital para um Produto/Serviço.
- Elaborar o “Pitch” adequado a todo o processo.
- Saber as bases de gestão para negócio criado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- Conceitos de Empreendedorismo.
- Inovação e Modelos de Concepção de Produtos/Serviços.
- Entender as Dores/Necessidades do Cliente/Utilizador com o Value Proposition Canvas.
- Transformar a Ideia/Necessidade em Proposta de Valor com o Business Model Canvas.
- Análise de Viabilidade.
- Validação do Modelo de Negócio.
- Gestão de Projectos com o Project Model Canvas.
- Fundamentos de Marketing Digital.
- Alinhar o “Pitch” – Gestão da Comunicação ao Longo do Processo.
- Operação e Gestão do Negócio.
- Trabalho Final (Elaboração de um Caso Tipo).
- Revisão/Reflexão.

DOCUMENTAÇÃO DE APOIO:

- Manual de enquadramento do formando.
- Colectânea de slides do formador.
- Documentos de trabalho.
- Enunciados com exercícios.

DESTINATÁRIOS:

- Empresários.
- Dirigentes.
- Quadros Superiores.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO (em detalhe):

Conceitos de Empreendedorismo:

- Conceito.
- O Que É Ser Empreendedor.
- A Decisão de Empreender.
- Os Mitos Mais Comuns.
- Empreendedor - Características, Competências e Comportamentos.
- Ética e Responsabilidade Social.
- Dimensões a Considerar na Criação de Empresas.

Inovação e Modelos de Concepção de Produtos/Serviços:

- Quem Pode Aplicar o Desenvolvimento dum Novo Produto/Serviço?
- Porquê Novos Produtos/Serviços?
- Áreas e Assuntos do Desenvolvimento de Produtos/Serviços.
- Evolução do Desenvolvimento de Produtos/Serviços.
- Inovação:
 - Enquadramento;
 - Tipos;
 - Tecnológica.
- Produtos/Serviços Melhorados versus Produtos/Serviços Inovadores.
- Modelos de Inovação Tecnológica.
- Porquê Inovar?
- Processos de Inovação.
- Processo de Desenvolvimento do Produto/Serviço.
- Processos de Inovação Disruptiva.
- Foco da Concepção do Produto/Serviço.
- Contexto e Enquadramento do Negócio.
- Compreensão do Cérebro - Modelos Mentais.
- Concepção de Modelos Visuais.
- Modelos Mentais - Exemplo.
- Modelos Visuais.
- O Nosso Cérebro nos Modelos Visuais.
- O Agile Think ® Canvas.
- Macroprocessos da Metodologia Agile Think ® Canvas.

Entender as Dores/Necessidades do Cliente/Utilizador com o Value Proposition Canvas:

- O Que É o Value Proposition Canvas.
- Dicas Para o Preenchimento do Perfil do Cliente (Persona).
- Mapeamento do Cliente.
- Mapeamento da Proposta de Valor.
- Value Proposition Canvas (criação de uma Proposta de Valor/Persona para um Negócio/Produto/Serviço).

Transformar a Ideia/Necessidade em Proposta de Valor com o Business Model Canvas:

- Princípios da Análise da Cadeia de Valor (Porter).
- Geração de Ideias.
- Objectos para o Mapeamento do Conhecimento e Geração de Ideias.
- Definição da Cadeia de Valor.
- Sessões de Design.
- O Cérebro, o Modelo de Negócio e o Quadro Canvas.
- O Que é o Quadro do Modelo de Negócio Canvas?
- Construção do Modelo.
- Lógica na Construção.
- As Quatro Etapas de Construção.
- Para Que se Usa o Quadro.
- Modelo de Negócios Canvas:
 - Questões Fundamentais.
 - Criação de um Negócio/Produto/Serviço.

Análise de Viabilidade:

- Ópticas de Avaliação dos Projectos.
- Erros Frequentemente Cometidos.
- Cash Flow (Fluxo de Caixa).
- Cálculo do Cash Flow.
- Conceito de Amortização.
- Métricas Financeiras para Avaliação de Projectos.
- Análise de Cenários.

Validação do Modelo de Negócio:

- Mínimo Produto Viável / Mínimo Viable Product (MVP).
- Dicas Para Criar um Mínimo Produto Viável.
- Validação - Questões a Colocar na Proposta de Valor.
- Processo de Desenvolvimento de Clientes.
- Dicas Para Validação.

- Validar o Cliente – Iteração 01.
- Validar o Cliente – Iteração 02.
- “Checklist Base” de Validação.

Gestão de Projectos com o Project Model Canvas:

- O Que é o Modelo de Gestão de Projectos Canvas?
- Construção do Modelo.
- Modelo de Gestão de Projectos Canvas – Project Model Canvas.
- Modelo de Gestão de Projectos Canvas – Lógica na Construção.
- As Quatro Etapas de Construção.
- A Equipa (Ideal) Que Vai Construir o Projecto.
- Um Plano de Ataque ao Problema.
- Questões Fundamentais.
- Modelo de Gestão de Projectos Canvas – Explicação Geral.
- Modelo de Gestão de Projectos Canvas – Exemplo.
- Modelo de Gestão de Projectos Canvas (Projecto de implementação de um Negócio/Produto/Serviço).

Fundamentos de Marketing Digital:

- Vantagens do Marketing Digital.
- Funil de Vendas:
 - “Público-alvo Descobrir-nos”.
 - “Convencer o Público-alvo a Manter Contacto”.
 - “Abordar Potenciais Clientes a Fechar Vendas”.
 - “Os Clientes Precisam Continuar a Saber de Nós”.
- Como Conseguir Resultados.

Alinhar o “Pitch” – Gestão da Comunicação ao Longo do Processo:

- Alvos a Atingir.
- Comunicação com Equipa.
- Liderança Situacional vs Formação da Equipa.
- Gerir as Expectativas dos Stakeholders.
- Comunicação para Conquistar Investidores/Sócios.
- Dicas Para Contruir a Apresentação.
- Uma Apresentação de Sucesso.
- Comunicação Oral (Estratégia).
- Plano de Comunicação.

Operação e Gestão do Negócio:

- A Empresa - Organização e Bases Para Criar valor.
- Estruturas - “Visão Departamental” vs “Visão por Processos”.
- Então Pode-se Dizer Que Um Processo ...
- Gestão por Processos - Factores Críticos de Sucesso.
- Elementos Processuais de Cada Tipo de Negócio.
- Processos Típicos de Cada Negócio.
- Estratégias, Processos e Pessoas - Como Alinhá-las?
- Gestão Financeira.
- Tecnologia.
- Logística.
- Pós-Venda.
- Compras.
- Gabinete de Apoio Jurídico.
- Manutenção.

Trabalho Final (Elaboração de um Caso Tipo).

Revisão/Reflexão.