

teamView

INSTITUTE

Knowledge for life



horizontes para além da competência.

EXECUTIVE PROGRAMS 2009/2010

MASTER OF SALES & MARKETING MANAGEMENT

4.ª EDIÇÃO

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

4.ª EDIÇÃO

ADVANCED MANAGEMENT PROGRAM

2.ª EDIÇÃO

Empresas Patrocinadoras



teamView
INSTITUTE
knowledge for life.

A rápida transformação dos mercados e a globalização da economia fazem com que as Empresas tenham uma necessidade crescente de Recursos Humanos altamente qualificados. Recursos esses, com uma sólida formação, cabalmente preparados para enfrentar desafios, aptos a desenvolver soluções e com capacidade para implementá-las. Facilitando, deste modo, a consecução de objectivos ambiciosos.

É, pois, neste contexto que surge o teamView INSTITUTE, criado com o objectivo de estabelecer em Portugal uma referência no ensino. Posicionando-se como uma Business School dirigida a Executivos que pretendam aprofundar conhecimentos nas áreas da gestão, com especial enfoque na estratégia e políticas de negócio.

Para o efeito, a nossa Business School apresenta um método de ensino distinto, inovador e de impacto elevado nos alunos, uma vez que combina os factores pedagógicos e académicos com a experiência empresarial. Os métodos pedagógicos baseiam-se numa aprendizagem prática e activa, facilitando



aos formandos a identificação das suas áreas de melhoria. O corpo docente, criteriosamente seleccionado pelas suas elevadas capacidades pedagógicas, congrega três factores distintos: background académico, experiência profissional de excelência e aproximação dos conteúdos desenvolvidos às necessidades empresariais.

Com o objectivo de aperfeiçoar os skills de gestão dos nossos alunos, utilizamos metodologias de análise e discussão de casos reais que - com recurso a métodos interactivos - ajudam a pôr em prática os conhecimentos adquiridos.

Desde já, asseguramos que os nossos Programas vão apelar à utilização das suas capacidades de um modo intenso, em troca da vivência de uma das mais enriquecedoras experiências por que passou no plano pessoal e profissional.

Pelos motivos acima mencionados, gostaríamos que se juntasse a nós, com a garantia de que o esforço a realizar será certamente enriquecedor.

Carlos Ferreira de Almeida
Presidente do Conselho Directivo do teamView INSTITUTE

teamView INSTITUTE



O teamView INSTITUTE é uma Business School focada na formação e desenvolvimento de profissionais de gestão e na criação e difusão de ideias com valor acrescentado para os negócios.

A sua missão é criar um espaço de aprendizagem para líderes, gestores e responsáveis organizacionais, contribuindo para o enriquecimento da sociedade através da difusão de conhecimento e de metodologias orientadas para resultados e para o negócio.

O teamView INSTITUTE é único porque tem como valores:

- A adopção da perspectiva de gestão dos problemas e oportunidades organizacionais;
- O desenvolvimento de uma cultura de aprendizagem, questionando, permanentemente, porquê, quando, como e onde;
- Assegurar uma transferência assinalável de conhecimento da vida real para o ensino;
- A promoção de temas com impacto no negócio e nas organizações;
- A manutenção da proximidade da sociedade com o meio empresarial;
- A experimentação e a inovação em metodologias e áreas de intervenção;
- O apoio à diversidade cultural e o respeito pela visão de outros.

Knowledge for life.

DIFERENCIAÇÃO

ORIENTAÇÃO PARA RESULTADOS

Os programas de formação oferecidos pelo teamView INSTITUTE são orientados para resultados, permitindo a aplicação de conhecimentos teóricos e práticos, reavaliando o modo de pensar e actuar, desafiando o participante a repensar a estratégia e o posicionamento nos mercados onde actua.

A obtenção de resultados consegue-se através de uma equipa de docentes com elevada responsabilidade e reputação no meio empresarial, político e económico. Asseguramos uma linguagem profissional, uma vivência excepcional e uma aplicabilidade imediata de conhecimentos em diversas áreas organizativas.

No final do programa de formação, os participantes terão um plano concreto de acção para implementar nas respectivas organizações.

METODOLOGIA DE ENSINO

A orientação da formação para resultados implica alterações nas metodologias de ensino. Os programas de formação do teamView INSTITUTE estão concebidos para oferecer soluções implementáveis nas melhores organizações. Os docentes, grande parte com experiência profissional internacional, resolvem hoje nas suas próprias organizações problemas complexos, relevantes para as empresas em geral.

Os programas são intensos e fortemente interactivos, com base em casos práticos desenvolvidos a partir de situações reais, assentes em discussões de grupo, simulações, vídeos e outras técnicas de análise, envolvendo os docentes e participantes na resolução de problemas e no desenvolvimento de competências de decisão.

*Carlos Ferreira de Almeida
José Veríssimo*



MASTER

4.ª EDIÇÃO



O **Master of Sales & Marketing Management** oferece a oportunidade de envolvimento com “negócios de verdade”. O nosso Programa permite a aquisição de conhecimento teórico e a sua aplicação na prática, através da participação em projectos de companhias. O desafio será pensar em rede e actuar de forma integrada, estabelecendo estratégias, recorrendo ao know-how interdisciplinar e exercendo uma análise profissional de gestão, como forma de levar o projecto a bom porto.

O **Master of Sales & Marketing Management** desenvolve as competências de liderança e de gestão necessárias para incentivar a mudança e criar valor nas organizações. Os participantes irão aprender novos conceitos e conhecer ferramentas essenciais para captar as oportunidades de mercado.

O **Master of Sales & Marketing Management** está concebido para dotar os seus alunos de competências essenciais em carreiras de gestão nas áreas Comercial e de Marketing. Os alunos adquirem fundamentos compreensivos acerca das áreas em análise e das soluções a empreender para uma tomada de decisão concisa, clara e eficaz.

SALES & MARKETING MANAGEMENT

OBJECTIVOS

Transmitir aos alunos os conhecimentos necessários que aportam uma visão geral da gestão de uma empresa, contando com acervos individuais de conhecimentos e experiências como base para a implantação de novas metodologias.

Proporcionar uma visão teórico-prática das funções e aplicações do Marketing e da Gestão Comercial.

Desenvolver as bases para a coordenação de actividades de Marketing que facilitem um melhor conhecimento dos clientes e consumidores.

Preparar o aluno para a utilização de instrumentos e ferramentas de apoio às decisões de Marketing e Vendas.

Capacitar o aluno para a análise de problemas e situações, e posterior tomada de decisão aplicando os conhecimentos adquiridos: fixando objectivos e metas, indicando estratégias a seguir, planeando acções e desenvolvendo sistemas de controlo.

CERTIFICAÇÃO

No final, aos alunos que tenham obtido aprovação, será atribuído um Diploma com o título de Master of Sales & Marketing Management, com a respectiva nota final.

« Quando estamos na nossa zona de conforto, corremos o risco de não progredir. Participar neste Master foi mais uma contribuição para a gestão da minha carreira profissional, bem como uma forma útil de consolidar conhecimentos e visualizar novas abordagens na Gestão das Vendas e Marketing. Com os mercados actuais tão competitivos, temos que sair constantemente da zona de conforto, por forma a contribuir para o sucesso das organizações onde estamos inseridos e para a nossa realização pessoal. »



Vasco Horta Correia
Commercial Manager, Mitsubishi Electric

A QUEM SE DESTINA?



Este Programa destina-se a Executivos de topo, Empresários, Quadros Dirigentes, Gestores, Directores Comerciais, Directores de Marketing, Product Managers, Chefias de Vendas, Key Accounts Managers ou profissionais de outras áreas que pretendam aprofundar os seus conhecimentos nas áreas de Marketing e Vendas.

METODOLOGIA

Aulas expositivas, case studies, exercícios, simulações e testemunhos de oradores convidados.

A metodologia do Programa integra factores práticos e conceitos válidos e testados na aplicação de estratégias e táticas de Marketing.

As aulas proporcionam os conteúdos necessários para que os alunos resolvam situações descritas em casos práticos e

realizem exercícios que reproduzam fielmente situações do mundo empresarial.

Para aproximar os alunos da realidade, foram convidados gestores de grande competência e notoriedade na sociedade empresarial, a fim de debaterem temas e testemunharem melhores práticas de gestão.

Com o intuito de se consolidarem as distintas áreas abordadas no Programa, está prevista a utilização de um simulador de gestão e a realização de um trabalho de final de curso.

Os exercícios são propostos para motivar a iniciativa a partir da observação. Como na vida profissional, eles exigem o domínio de conhecimentos teóricos e o desenvolvimento das habilidades intuitivas, trazendo resultados proporcionais ao esforço e à dedicação de cada um.

MASTER OF SALES & MARKETING MANAGEMENT



Marta Pais, Gestora de Parcerias de Negócio, pmelink.pt



A principal razão que me levou a praticar este Master foi o seu conteúdo programático e a abrangência de temas. Em determinada altura senti a necessidade de renovar conceitos, mais concretamente na área de Marketing, com o objectivo de aplicá-los no desempenho das minhas funções.

A qualidade do corpo docente e a metodologia de ensino, com uma forte componente prática, contribuíram para o sucesso na compreensão e aprendizagem nas diversas cadeiras.

Procurei aprofundar conhecimentos, participar e retratar algumas das experiências adquiridas ao longo do meu percurso profissional.

Foi um desafio, foi uma partilha e, acima de tudo, foi um desenvolvimento quer pessoal quer profissional.



PLANO DE ESTUDOS

TRIMESTRES	MÓDULOS	CARGA HORÁRIA
1	Estratégia Empresarial	20h
	Análise Financeira	20h
	Comunicação e Direcção de Reuniões	12h
	Comportamento do Consumidor	16h
	Integ. Europeia e Comércio Internacional - Seminário	8h
	Marketing Research	12h
		88h
2	Gestão de Marcas e Produtos	12h
	Imagem, Comunicação e Promoção	12h
	Merchandising e Gestão do Ponto de Venda	12h
	Política de Preços e Distribuição	16h
	Marketing Serviços	8h
	Simulador de Gestão	6h
		66h
3	Comportamento Organizacional	16h
	Gestão Comercial	12h
	Liderança e Gestão de Equipas	16h
	Técnicas de Negociação	16h
	Business Intelligence	12h
		72h
		226h

Em Julho terá lugar a Cerimónia de Conclusão do Master.

DURAÇÃO - 9 meses (Novembro de 2009 a Julho de 2010).

HORÁRIO - Sexta-feira 18h30 - 22h30

Sábado 09h30 - 13h30 (Em datas a assinalar também durante o período da tarde).

CONDIÇÕES DE FUNCIONAMENTO

LOCAL

Centro Cultural de Belém

CRITÉRIOS DE SELECÇÃO

A selecção dos candidatos ao Master será feita por um júri que decidirá com base nos seguintes elementos:

- Formação académica e média;
- Curriculum profissional;
- Informações contidas no boletim de candidatura;
- Entrevista.

LIMITAÇÕES QUANTITATIVAS

Número máximo de alunos que poderão ser admitidos: 35

CONDIÇÕES DE ACESSO

Ser titular de licenciatura em qualquer área e/ou possuir pelo menos cinco anos de experiência profissional em funções de relevância.

CANDIDATURA

Abertura: Junho de 2009

Fecho: Novembro de 2009

- Preenchimento do Formulário de Candidatura;
- Envio de curriculum vitae (resumido, máximo 3 páginas);
- Entrevista obrigatória;
- Bilhete de Identidade e Cartão de Contribuinte;
- Certificado de Habilitações;
- Fotografia.

Os candidatos seleccionados serão contactados num período de duas semanas após a inscrição.

PROPINA

O custo deste Master é de € 4.950,00.

Este valor inclui toda a documentação e material de estudo das cadeiras leccionadas.

O pagamento poderá ser efectuado a pronto (desconto de 10%).

Matrícula (a pagar no acto da inscrição): € 450,00

▪ 1ª Propina (Novembro de 2009): € 3.000,00

▪ 2ª Propina (Dezembro de 2009): € 750,00

▪ 3ª Propina (Janeiro de 2010): € 750,00

Nota: Valores com IVA incluído à taxa legal.

FINANCIAMENTO

O teamView INSTITUTE tem um protocolo de parceria com uma entidade bancária para disponibilizar uma linha de crédito para financiamento. Se deseja obter informações, poderá consultar: www.teamviewinstitute.com



PROGRAMA AVANÇADO

4.ª EDIÇÃO



O mercado tem assistido a uma forte concentração de empresas nos mais diversos segmentos: 80% dos seus negócios estão concentrados em 20% dos seus clientes. Este facto representa cada vez mais a realidade da carteira de clientes das organizações. A gestão das actuais carteiras de clientes procura dar resposta a uma nova filosofia de actuação e de desenvolvimento das relações com os principais clientes.

A gestão das actuais carteiras de clientes procura dar resposta a uma nova filosofia de actuação e de desenvolvimento das relações com os principais clientes.

Desde há alguns anos que a filosofia de **Key Account Management** vai para além da mera venda tradicional. Pode dizer-se que a actual filosofia assenta numa visão estratégica e planificada para a união de interesses e acções entre o comprador e o vendedor.

O modelo de **Key Account Management**, desenvolvido neste Programa Avançado, propõe-se orientar a gestão da carteira de clientes neste novo ambiente, instrumentalizando as empresas com novas formas de trabalho e novas orientações na gestão de clientes.

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Os alunos terão como benefício o entendimento claro da amplitude, abrangência e importância do modelo de Key Account Management, conhecendo a sua forma de implementação e de aplicação na organização de vendas e ainda as actividades e papéis exercidos pelo Key Account. Em resumo, neste Programa pretendemos familiarizar os formandos com as mais actualizadas tendências de mercado, bem como, com um conjunto de ferramentas de gestão que facilitem a relação comercial entre produtores e distribuidores.

OBJECTIVOS

Este Programa habilitará os alunos a aplicar os conceitos de Key Account Management (KAM) nas suas estratégias comerciais, visando:

- Entender os papéis, responsabilidades e competências do Key Account;
- Identificar modelos de gestão dos principais clientes;
- Fomentar uma relação de parceria com os clientes, facilitando deste modo a optimização do negócio para ambas as partes;
- Desenvolver um sistema de identificação do potencial de clientes que permita o estabelecimento de objectivos;
- Elaborar um modelo de plano de negócio para os Key Accounts.

METODOLOGIA

Sem descuidar a transmissão dos conhecimentos indispensáveis à compreensão das relações com clientes, o Programa assume um cariz essencialmente prático e interactivo tendo em vista a implementação de modelos de gestão de contas. Assim, os métodos utilizados pretendem conjugar a aderência à realidade com a participação e criatividade dos alunos, assentando fundamentalmente na apresentação de conceitos e técnicas com recurso a meios audiovisuais, bem como na análise e discussão de casos.

CERTIFICAÇÃO

No final, aos alunos que tenham obtido aprovação a todas as disciplinas, será atribuído um Diploma de Pós-Graduação em Key Account Management, com a respectiva nota final.



A frequência na 2ª Edição PAKAM permitiu relembrar e aumentar os meus conhecimentos na área comercial e na gestão de carteiras de clientes. O contacto e a interacção com os restantes colegas de curso que vinham de diversos sectores e com backgrounds distintos, foram igualmente enriquecedores. Por um lado, porque pude verificar que as bases teórico-práticas da gestão de clientes são aplicáveis em qualquer negócio e, por outro, porque ganhei muito com a partilha de experiências diferentes com as pessoas que me rodearam (colegas e professores).



Filipe Roque
Gestor de Empresas Sénior, Banco Santander Totta

A QUEM SE DESTINA?



Este Programa destina-se a executivos e gestores do mercado de grande consumo que tenham a responsabilidade de gerir contas de clientes com peso significativo no volume global de negócios das suas empresas. Entre outros, dirige-se a:

- Directores Comerciais;
- Business Accounts Managers (BAM's);
- Key Accounts Managers (KAM's);
- Key Accounts;
- Product Managers;
- Brand Managers;
- Responsáveis pelo Trade Marketing que pretendam aprofundar as suas competências nesta área.

PROGRAMA AVANÇADO KEY ACCOUNT MANAGEMENT



Miguel Simões, Gestor de Categorias, Danone



Nos dias de hoje existe cada vez mais uma maior necessidade de aquisição de novos conhecimentos. No seguimento desta exigência do mercado, a Danone possibilitou-me a frequência deste programa, tendo o mesmo superado as minhas expectativas, não só pela qualidade do Corpo Docente mas também pelo intercâmbio de experiências que se estabelece entre pessoas de áreas de negócio totalmente distintas.

As cadeiras que são leccionadas vão de encontro a todos os KPIs (Key Performance Indicators) que trabalhamos com os nossos clientes, e isso permitiu-nos desenvolver as nossas competências no nosso "day to day business".



PLANO DE ESTUDOS



MÓDULOS	CARGA HORÁRIA
Função do Key Account Manager no Mercado Actual	12h
Gestão de Categorias	12h
Gestão de Carteira de Clientes	12h
Comportamento do Consumidor	12h
Negociação e Gestão de Conflitos	16h
Apresentações Eficazes	12h
Avaliação da Eficácia da Actividade Promocional	12h
Budgeting e Forecasting	12h
Business Plan	12h
	112h

DURAÇÃO - 4 meses (2 sessões semanais).

HORÁRIO - Segunda-feira e quarta-feira das 18h30 às 22h30.

CONDIÇÕES DE FUNCIONAMENTO

LOCAL

Centro Cultural de Belém.

CRITÉRIOS DE SELECÇÃO

A selecção dos candidatos ao Programa Avançado será feita por um júri que decidirá com base nos seguintes elementos:

- Formação académica e média;
- Curriculum profissional;
- Informações contidas no boletim de candidatura;
- Entrevista.

LIMITAÇÕES QUANTITATIVAS

O Programa Avançado realizar-se-á com um mínimo de 20 alunos e um máximo de 35.

CONDIÇÕES DE ACESSO

As habilitações de acesso ao curso compreendem formação superior ou experiência profissional mínima de 3 anos em funções de alguma relevância.

CANDIDATURA

Abertura: Junho de 2009

Fecho: Janeiro de 2010

- Preenchimento do Formulário de Candidatura;
- Envio de curriculum vitae (resumido, máximo 3 páginas);
- Entrevista obrigatória;
- Bilhete de Identidade e Cartão de Contribuinte;
- Certificado de Habilitações;
- Fotografia.

Nota: A inscrição só será considerada definitiva após o respectivo pagamento.

PROPINA

O valor total do Programa é de € 2.800,00.

As empresas ou entidades que inscrevam mais de um participante beneficiam de um desconto de 10% para o segundo participante e seguintes.

O preço inclui toda a documentação e dossiers.

As propinas do curso são as seguintes:

Matrícula: € 450,00

Propina (Janeiro): € 2.350,00

Nota: valores com IVA incluído à taxa legal.

FINANCIAMENTO

O teamView INSTITUTE tem um protocolo de parceria com uma entidade bancária para disponibilizar uma linha de crédito para financiamento. Se deseja obter informações, poderá consultar: www.teamviewinstitute.com



PROGRAMA AVANÇADO

2.ª EDIÇÃO



Numa época de grande competitividade, os líderes das organizações necessitam de avaliar constantemente as suas ideias e premissas do negócio. A informação é abundante mas nem sempre facilitadora da tomada de decisão. Por isso, parar algum tempo para reflectir sobre estes fenómenos e reavaliar o posicionamento actual e desejado da organização é cada vez mais urgente. Ao longo do AMP irá aprofundar os conceitos essenciais e inovadores da gestão, aplicando-os à sua realidade organizacional.

Ao longo de cerca de cinco meses, o programa decorre com a flexibilidade necessária para pessoas com elevada responsabilidade nas organizações, limitando as sessões de formação em sala a oito horas semanais, divididas em duas sessões de quatro horas.

ADVANCED MANAGEMENT PROGRAM

OBJECTIVOS

Para as organizações, o Advanced Management Program desenvolve a liderança e acutilância na gestão através do desenvolvimento de competências de gestão e pessoais nos participantes, incluindo processos de decisão, análise de concorrência e técnicas de resolução de problemas.

Para os participantes, o AMP é uma oportunidade para reflectir sobre a gestão de pessoas e recursos, actualizando conhecimentos e desenvolvendo as competências necessárias para o clima de competitividade em que actua.

Através do envolvimento activo, os participantes irão:

- Aplicar metodologias de análise e gestão do negócio que lhes permitam manter a liderança competitiva;
- Ganhar a confiança necessária para conduzirem o processo de tomada de decisão de forma célere e eficaz;
- Iniciar um processo de auto-avaliação e reflexão que melhore os seus desempenhos, pessoal e organizacional;
- Desenvolver uma rede de relações com funções similares, explorando oportunidades pessoais e profissionais.

METODOLOGIA

Este programa foi desenhado para possibilitar a transferência de conhecimentos e experiência na discussão de casos práticos.

O método do caso é uma das metodologias mais eficazes para treino em gestão global e liderança, oferecendo diversos níveis de análise, forçando os participantes a identificar aspectos importantes na resolução dos mesmos e permitindo, em simultâneo, a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos nas suas organizações.

Os casos práticos permitem igualmente analisar as decisões de gestores reais, fundamentando as mesmas com metodologias e modelos de decisão válidos e inovadores.

CERTIFICAÇÃO

No final do curso será atribuído um Diploma de Pós-Graduação, com a respectiva classificação final.

« O conhecimento prático dos professores, associado à sua competência e simplicidade, fizeram deste AMP uma agradável experiência. A esmagadora maioria das aulas, preenchidas com exemplos decorrentes e ligados a uma realidade empresarial directa, foram sem dúvida estimulantes e geradoras de um valor acrescentado extremamente útil para as nossas actividades profissionais. »



João Fernandes, Subdirector, BANIF, S.A.

PLANO DE ESTUDOS



MÓDULOS	CARGA HORÁRIA
Planeamento Estratégico	16h
Gestão de Projectos	12h
Contabilidade Financeira	16h
Análise de Decisões de Investimento	12h
Controlo de Gestão	12h
Políticas de Marketing	20h
Gestão Comercial	12h
Comportamento do Consumidor	12h
Logística	12h
Sistemas de Informação	12h
Liderança e Gestão de Equipas	12h
Comunicação	12h
Negociação	12h
	172h

DURAÇÃO - O Advanced Management Program terá início em Novembro de 2009.

HORÁRIO - As sessões decorrem duas vezes por semana (terça-feira e quinta-feira) das 18h00 às 22:30.

CONDIÇÕES DE FUNCIONAMENTO

LOCAL

Centro Cultural de Belém.

PÚBLICO ALVO

Este programa está desenhado para empresários, dirigentes, e quadros superiores, com ou sem formação académica, mas com conhecimentos e experiência para transferir e aplicar na discussão de situações práticas. Tipicamente, os participantes têm mais de uma década de experiência a conduzir os destinos de organizações.

O AMP destina-se a quem pretender aprofundar, ou actualizar, os conhecimentos de gestão e necessitar de uma visão global e integrada das organizações.

CRITÉRIOS DE SELECÇÃO

A selecção dos candidatos será feita por um júri, o qual tomará uma decisão com base no curriculum académico e profissional do candidato, bem como no resultado de entrevista a realizar após a inscrição.

LIMITAÇÕES QUANTITATIVAS

O Advanced Management Program realiza-se com um mínimo de 20 participantes e um máximo de 35, para garantir uma atenção individualizada dos formadores e a possibilidade de intercâmbio de experiências com outros participantes.

CANDIDATURA

As matrículas neste programa terminam em Novembro de 2009. O candidato deve, antecipadamente, fazer a inscrição utilizando os meios disponíveis para o efeito (e-mail, internet, ou fax). A matrícula só será efectuada após o pagamento da propina respectiva.

O custo da inscrição é de € 450,00. Em caso de matrícula, este montante será abatido à propina.

PROPINA

O valor total da propina do Advanced Management Program é de € 3.900,00 (IVA incluído à taxa legal), por participante e inclui o material pedagógico, coffee break, participação em palestras e conferências, e cerimónia da sessão de entrega de diplomas.

As entidades que inscrevam mais de um participante neste programa beneficiam de um desconto de 10% para a segunda inscrição e seguintes.

FINANCIAMENTO

O teamView INSTITUTE tem um protocolo de parceria com uma entidade bancária para disponibilizar uma linha de crédito para financiamento. Se deseja obter informações, poderá consultar: www.teamviewinstitute.com



CORPO DOCENTE

O corpo docente do teamView INSTITUTE foi criteriosamente constituído através da combinação de três factores verdadeiramente imprescindíveis para o sucesso e determinação dos seus Programas:

- Grande vivência prática e reconhecido sucesso profissional;
- Alta credenciação no mundo académico;
- Qualidades pedagógicas de excelência e prestígio.

A equipa que apresentamos tem em comum a elevada reputação, rigor técnico, profissionalismo e aplicação prática: vectores essenciais e decisivos na aproximação do ensino às necessidades empresariais. Especialistas incisivos nas áreas

que leccionam, têm uma abordagem renovadora e consistente aos conteúdos programáticos das cadeiras, numa metodologia de ensino, através do método do caso, estruturada e de grande proximidade entre corpo docente e discente, inovadora e de impacto elevado, que faz a osmose entre a experiência académica adquirida e o meio empresarial global.

O método consiste, sobretudo, na sinergia de leccionação de cadeiras com intervenção de especialistas de referência, consultores, gestores, empresários ou quadros superiores de empresas nacionais e multinacionais.

PAINEL DE CONFERENCISTAS

António Pires de Lima (Presidente Executivo da Unicer)

José Joaquim Oliveira (Presidente da IBM)

José Eduardo Bettencourt (Presidente do Sporting Clube de Portugal)

António Reffóios (Administrador Delegado da Nestlé Portugal)

Lúcia Rodrigues (Directora de Marketing da Chicco)

Ana Loya (Administradora Delegada da Ray & Berndtson)

António Ramalho (Presidente da Unicer)

Carlos A. Duarte (Administrador da PT)

Otto Teixeira da Cruz (Director Geral Comercial da Unicer)

Jorge Conceição (Administrador da Lusitania Seguros)

Miguel Vicente (Administrador da Novabase)

Pedro Saraiva (Presidente do Santander Consumer)



PAINEL DE PROFESSORES



António Cameirão Jorge

Assessor da Administração de grupo gestor global de resíduos; Professor convidado em instituições públicas e privadas em cursos de pós-graduação e mestrado; Membro da Direcção Assoc. Port. de Logística (APLOG); Director de Operações (Makro). Licenciado em Geografia (Univ. Clássica Lisboa), Mestrado em Transportes (IST); Program in Logistics and Supply Chain Management (MIT – Massachusetts).



António Gonçalves da Silva

Consultor de Empresas; Docente Universitário (ISEL); foi Director of Continuous Improvement e Formador internacional da Colgate-Palmolive. Licenciado em Engenharia Química (IST).



Carlos Ferreira de Almeida

Presidente da teamView, S.A. e do teamView INSTITUTE; Coordenador do Master of Sales & Marketing Management; Docente Universitário (ISLA, ISEG, ESEG e IFB) e Consultor Internacional em mais de 300 empresas. Mestrando em Gestão (Universidade Lusíada), Licenciado em Relações Internacionais (Universidade Lusíada) e Gestão (ISEG).



Carlos Mota

Vice-Presidente e Director Comercial da Indústria de Carnes Nobre. Licenciado em Gestão e Administração de Empresas (UCP).



Isabel Moço

Consultora Sénior na teamView, S.A.; Consultora em várias empresas nacionais e multinacionais; Directora de Qualidade e de Recursos Humanos (ISLA) e Docente Universitária. Mestranda em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação (ISCTE); Pós-Graduada em Gestão de Recursos Humanos (UCP) e Licenciada em Sociologia (ISCTE).



Irene Cachapa

Controller Commercial Operations da Kraft Foods Portugal. Licenciada em Organização e Gestão de Empresas, ISEG; Pós-Graduação em Corporate Finance e Mestrado em Contabilidade.



João Dionísio

Partner e Director de Projectos Qualitativos na Multivaria – Estudos de Mercado; Docente Universitário (ISEG, EGP). Licenciado em Psicologia Social (Universidade de Lisboa).



José Manuel Veríssimo

Professor de Marketing do ISEG. Doutoramento em Gestão (Manchester Business School, Reino Unido), MBA (European University) e Licenciado em Gestão (ISEG).



Luís Rasquilha

Partner/Director da LPR Corp. e Director de Marketing da Multipublicações (Revista Marketeer e Revista Executive Digest). Mestrado em Gestão de Empresas (ISCTE), MBA (INDEG/ISCTE), Pós-Graduação em Marketing (UCP) e Licenciatura em Relações Públicas e Publicidade (INP).



Luís Valentim

Professor convidado no ISEG e IPAM; foi Presidente/Administrador Delegado da Makro e Director do Modelo Continente Hipermercados. Mestre em Gestão de Empresas (Universidade Nova de Lisboa), MBA (HEC Paris) e Licenciado em Economia (ISEG).



Maria de Lurdes Gurita

Directora de Estudos Quantitativos da Motivação; foi Market Research Executive do Departamento de Estudos de Mercado da Unilever. Licenciada em Línguas e Literaturas Modernas (Universidade de Letras de Lisboa).



Miguel Alcada Baptista

Partner (Consultora Agile); Chief Strategy Officer (Brand, Mind Strategy); Docente Universitário; Director Geral Adjunto e Dir. de Contas e de Serviço a Clientes (Publicis); Researcher Specialist (McKinsey & Company). MBA com especialização em Marketing (UCP); Investigador convidado da Tilburg University (Holanda); Advanced Advertising Course (Institut Bleustein Blanchet, Paris) e Licenciatura em Psicologia Social e das Organizações (ISPA).



Miguel Coelho

Chief Enthusiast Officer da PersonalBrands® Portugal. Consultor e formador em empresas como a Staples Office Center, AXA Seguros, Global Estratégias, Pedro Celeste & Associados, etc. Licenciado em Economia pela Universidade Nova de Lisboa e com frequência no Programa MBA da Rotterdam School of Management (Holanda). Professor de Marketing na Licenciatura e Pós-Graduações do ISG.



Paula Gomes dos Santos

Docente Universitária da Universidade Lusíada e do Instituto Superior de Estudos Superiores de Contabilidade. Doutoramento e Mestrado em Gestão pela Universidade Lusíada.



Paulo Bogas

Category Marketing Manager – Chocolates e Confectionary Business da Nestlé Portugal e Docente Universitário. Mestre em Gestão (ISCTE); Pós-Graduado em Planeamento e Desenvolvimento de Produtos Turísticos (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril) e Licenciado em Organização e Gestão de Empresas (ISCTE).



Pedro Conde

Administrador do Grupo Alcântara; Docente na ISLA. Licenciatura em Gestão de Empresas (ISLA) e Pós-Graduação em Análise Financeira (UTL).



Rui Gonçalves

Area Leader IBM Business Consulting Services, Portugal (CRM Service) e da PriceWaterhouseCoopers Consulting; Docente Universitário (ISEG). Mestre em Gestão de Informação (Universidade Nova de Lisboa) e Licenciado em Matemática Aplicada (Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa).



Susana Carvalho

CEO e Administradora da Agência de Publicidade JWT; Vice-Presidente da APAP e membro da Direcção do ICAP. Licenciada em Comunicação Social (Universidade Nova de Lisboa).



Teresa Abecasis Burnay

Customer Marketing Manager da Lever/Élida Unilever. Licenciada em Economia pela Universidade Nova de Lisboa.



Vasco Rato

Docente da Universidade Lusíada, Georgetown University (EUA) e na Universidade Nova de Lisboa; Assessor no Instituto de Defesa Nacional; Investigador no Instituto Português de Relações Internacionais (IPRI). Doutorando em Ciência Política (Georgetown University, EUA) e Licenciado em Relações Internacionais e Ciência Política (Universidade de Mantoba, Canadá).

PERFIL DOS ALUNOS



Os cursos do teamView INSTITUTE visam a formação de profissionais de diversas áreas, capacitando-os para as constantes exigências das empresas e das instituições públicas e privadas.

As prioridades da nossa Business School são a qualidade científica e pedagógica, o desenvolvimento de conhecimentos e actualização constante de conteúdos e a diversidade, uma vez que os nossos alunos provêm das mais diversas áreas de negócio, o que possibilita uma maior partilha de experiências, um aumento da rede de contactos e um auto-aperfeiçoamento no trabalho.

O percurso académico dos nossos diplomados é diversificado e, apesar de haver uma maior preponderância nas áreas de Gestão, Marketing e Informática, a existência de diplomados de áreas tão distintas como a Psicologia e a Sociologia possibilita uma preparação mais prática para um mercado de trabalho cada vez mais disputado e competitivo.

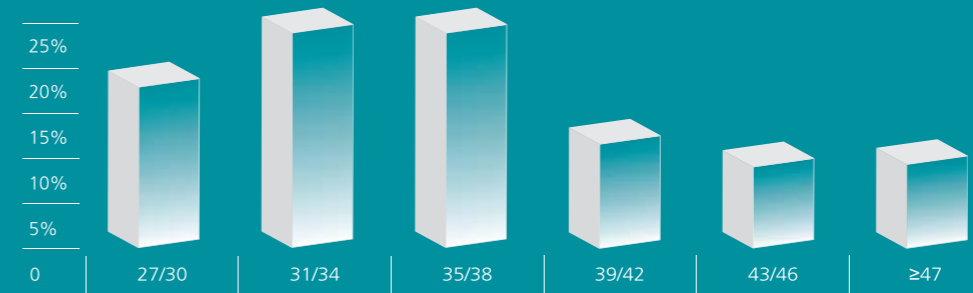
Alumni

Após a conclusão do Programa, os Participantes adquirem a condição de Alumni do teamView INSTITUTE, que lhes permite estabelecer uma rede de contactos entre si e com o teamView INSTITUTE.

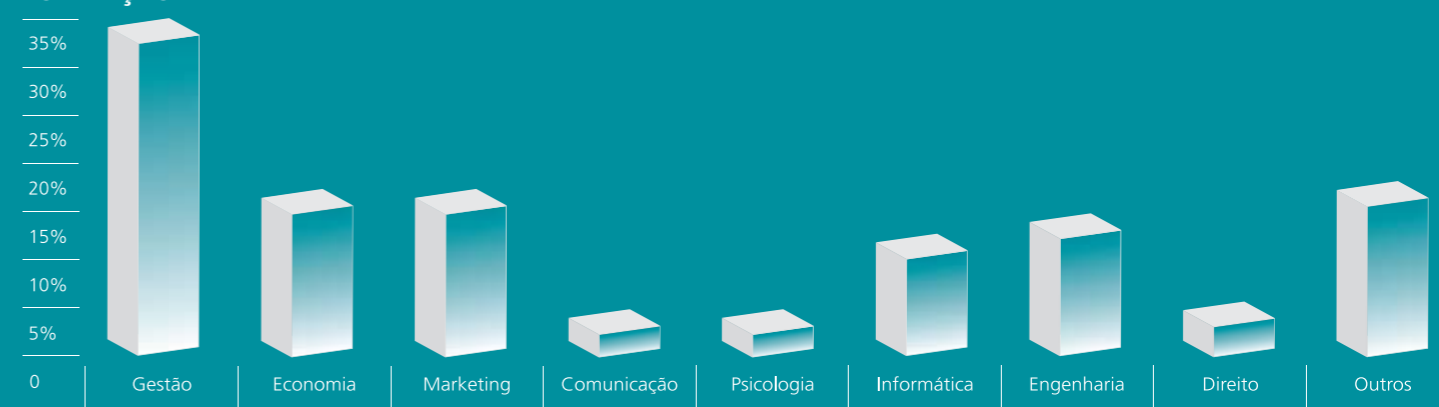
Clientes

IBM, Longa Vida, Abbott Laboratórios, Banco Santander Totta, 3DCities, Bausch & Lomb, Mitsubishi Electric, Unicer, Samsung, CEN - Centro Nacional de Estética, Adidas, Merck Sharp & Dohme, Pikolin, Sony, Novartis, Grunenthal, Prosegur Tecnologias, Seara, BP Portugal, ParaRede, F5It, JWT, Esegur, NetPeople, Fonte Viva, Diebold, AIP, Henkel Ibérica, FRobles Arquitectos, GalpEnergia, Arquiconsult, Hörmann, Visualforma, Novabase, Pavilhão 3, Compal, Colgate-Palmolive, Danone, Nestlé, Nobre, Johnson's Wax, Cars and Cars, Grupo SEB, Hydro Domal, Lifescan, Intervet – Schering Plough, Johnson & Johnson, Sonicel, Renault, Assembleia da República, Lusitânia Vida, S.A., Atlas Copco de Portugal, Montepio, Metro Mondego, ACE – Agência Portuguesa de Produção, Mozo Studios e Alcon Portugal.

IDADES



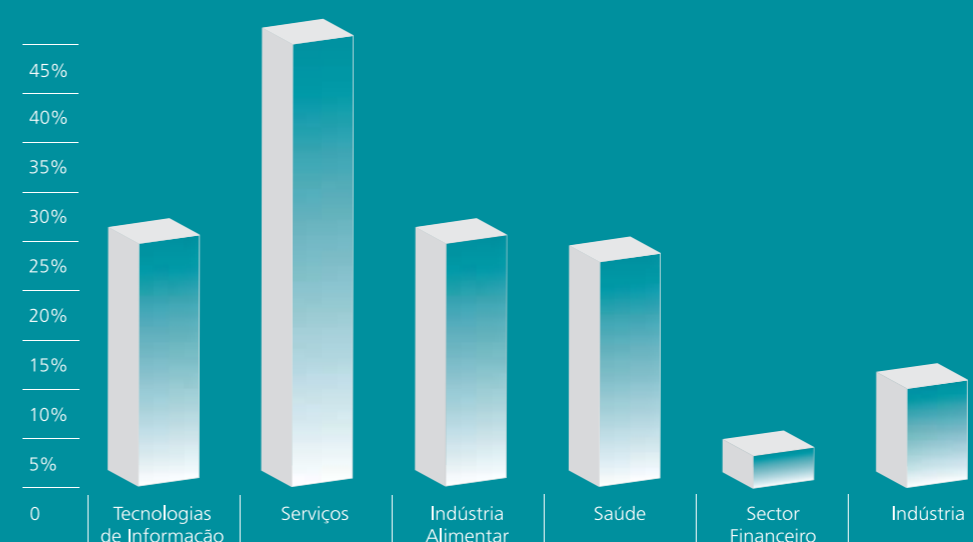
FORMAÇÃO



FUNÇÃO



SECTORES DE ACTIVIDADE





RESERVAS DE CANDIDATURA

Os nossos programas são objecto de uma procura elevada, pelo que recomendamos que as inscrições sejam efectuadas com a maior antecedência. Neste sentido, por solicitação dos formandos ou das empresas, podemos efectuar uma reserva de candidatura provisória para os interessados.

No acto desta reserva serão realizadas todas as tramitações administrativas e de constituição do processo de candidatura.

POLÍTICA DE CANCELAMENTO

O pagamento da inscrição deverá ser efectuado antes do início do curso. O cancelamento de uma inscrição deverá ser comunicado por escrito ao teamView INSTITUTE com, pelo menos, duas semanas de antecedência em relação ao início dos programas. Em caso de cancelamento com um aviso inferior a duas semanas, ou em caso de não comparência sem aviso, não haverá lugar a reembolso do custo da inscrição. Nestes casos, ou em caso de desistência após o início do programa, o aluno terá de pagar o valor total do programa, sendo que o Instituto poderá aceitar a sua participação numa edição posterior do mesmo ou aceitar a substituição do aluno.

ADIAMENTO OU CANCELAMENTO DE UM PROGRAMA POR INICIATIVA DO TEAMVIEW INSTITUTE

O teamView INSTITUTE poderá, em determinadas circunstâncias, optar por adiar ou cancelar a realização dos seus programas em função do número de alunos inscritos. Nestes casos, o Instituto procederá à devolução na íntegra das verbas recebidas a título de inscrição.

Entidade Associada



CONTACTOS E INFORMAÇÕES

TELEFONE | +351 218 939 025

FAX | +351 218 965 087

CORREIO ELECTRÓNICO
inscricoes@teamviewinstitute.com

MORADA
Avenida D. João II, Edifício Central Office,
Lote 1.17.03, 4.º C | Parque das Nações
1990-084 Lisboa | PORTUGAL
www.teamviewinstitute.com

ÍNDICE

03	Mensagem do Presidente	15	Testemunho
04	O teamView INSTITUTE	16	Plano de Estudos
06	<i>Master of Sales & Marketing Management</i>	17	Condições de Funcionamento
08	A quem se Destina	18	<i>Programa Avançado</i>
09	Testemunho		<i>Advanced Management Program</i>
10	Plano de Estudos	20	Plano de Estudos
11	Condições de Funcionamento	21	Condições de Funcionamento
12	<i>Programa Avançado</i>	22	Corpo Docente
	<i>Key Account Management</i>	24	Perfil do Alunos
14	A quem se Destina	27	Contactos e Informações

teamView
INSTITUTE

teamView INSTITUTE - Business School, Lda.

Avenida D. João II, Edifício Central Office, Lote 1.17.03, 4.º C
Parque das Nações

1990-084 Lisboa | PORTUGAL

Tel.: +351 218 939 025 | Fax: +351 218 965 087

LISBOA | MADRID | BARCELONA | LONDRES | S. PAULO

www.teamviewinstitute.com

