

Estratégia: instrumentos e processos

Diversificar o portefólio de ferramentas de apoio à gestão e ao crescimento organizacional

  Híbrido (presencial ou online)

Duração : 3 dias (21 horas)

Referência : 1080

Preço : 1.530,00 € + IVA

Intra empresa : (desde) 4.860,00 € + IVA

As decisões estratégicas são tomadas em contextos cada vez mais marcados pela mudança acelerada, turbulência, incerteza e imprevisibilidade. Assim, é essencial que as organizações e os seus quadros alarguem o seu portefólio de ferramentas capazes de contribuir para "mapear o território estratégico" e que possam ser utilizadas em processos de tomada de decisão.

A componente central deste curso é dedicada à exemplificação de instrumentos e processos estratégicos para identificar, organizar e interpretar os fatores-chave do contexto decisional e analisar atores estratégicos.

Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- articular os diferentes conceitos, dimensões e níveis de decisão estratégica;
- escolher e aplicar ferramentas para identificar, organizar e analisar fatores-chave do enquadramento estratégico;
- otimizar os processos formais e tácitos de conceção e decisão estratégicas na sua organização.

Destinatários

Para quem?

- Gestores e profissionais que desejem ganhar competências na utilização de instrumentos e processos de conceção e definição estratégica.

Pré-requisitos:

- Não aplicável.

Percurso de aprendizagem

Analisar as características e evolução do ambiente de negócios e da atividade da empresa

- Exigências dos consumidores e dos clientes.
- Aceleração da globalização das atividades e da concorrência.
- Impacto do comércio eletrónico nos canais de venda e de distribuição.
- Efetuar o diagnóstico da empresa.

Identificar o campo estratégico da empresa

- A importância da estratégia.
- A análise PEST.
- Modelo das 5 forças de Porter (a empresa e a evolução do ambiente).
- Princípios da estratégia e das operações: as matrizes estratégicas (BCG, McKinsey).
- Análise da concorrência, mercados-alvo e posicionamento estratégico.
- Efetuar o diagnóstico da empresa.

Conhecer as manobras estratégicas

- Abordagens tradicionais da estratégia: domínio pelos custos, focalização, diferenciação ou aliança.
- A progressão pelas vantagens concorrenciais: possibilidades e limites.
- Orientação estratégica pela criação de valor.

Desdobrar a estratégia na empresa

- Partilhar a estratégia: equipa de reflexão estratégica.
- Comunicar os objetivos estratégicos: obter a adesão.
- Criar a dinâmica da mudança: conhecer e antecipar as fases de transformação de uma organização.

Fomentar a apropriação da estratégia pelos seus principais atores

- Transformar objetivos estratégicos em planos a médio prazo.
- Estabelecer grupos de projeto.
- Conceber quadros de indicadores estratégicos: aplicar a orientação estratégica.
- Manter a motivação: acompanhar os indicadores, reconhecer as performances excecionais e os sucessos coletivos.

Métodos pedagógicos

Alternância entre momentos de exposição e de treino e aplicação de instrumentos de análise e planeamento estratégico, facilitadores da tomada de decisão.

Pontos fortes

Um curso com elevada componente prática, que aborda os temas essenciais de gestão empresarial no atual contexto, de acordo com as necessidades dos participantes.

Datas e locais 2024 - Référence 1080

Lisboa ou Online

De 7 mai a 9 mai

De 30 set a 2 out

De 11 nov a 13 nov