

MESTRADO EXECUTIVO EM *RETAIL MANAGEMENT*

Tópicos das Unidades Curriculares

Retail Channels Structures

- Estrutura de Canais de Distribuição
- Teoria de Canais de Distribuição
- Pontos de agregação e desagregação de carga
- Formas de desenho dos canais de distribuição
- *Decoupling Points*
- *Postponement: Backward versus Forward postponement*
- Casos e Exemplos. Debates e *Debriefings*.

Distribution Market Overview

- A distribuição como sector de actividade
- Estado actual da distribuição
- Principais questões, obstáculos e oportunidades
- A visão da distribuição em Portugal
- A visão da distribuição no Mundo
- As tipologias de distribuição
- Tendências futuras distributivas
- Exemplos e Casos Ilustrativos. Debates e *Debriefings*

Retail Strategy

- Onde estamos?
 - Panorama económico global e panorama económico português.
 - Análise estratégica de negócios distributivos
 - A envolvente global e os instrumentos de *scanning* da envolvente
 - A envolvente macro e os instrumentos de *scanning* da envolvente
 - A empresa e o *scanning* interno: estrutura, cultura, recursos
 - A empresa e o enquadramento na envolvente: as análises de portefólio
 - Para onde queremos ir?
 - A formulação estratégica: visão, missão, metas, objectivos SMART, valores, factores críticos de sucesso.
- Qual o melhor caminho?
 - Estratégias genéricas
 - Estratégias *blue ocean*

- Direcções estratégicas: de crescimento, de estabilidade, de desinvestimento
- Prescrição e Emergência estratégica
- Em busca do caminho para a posição estratégica

- Como vamos assegurar que chegamos ao destino?
 - A implementação
 - O *Balanced Scorecard* e as suas dimensões
 - Como gerimos a mudança?
 - A gestão da mudança

- Como avaliar a estratégia?

- Casos de Estudo. Debates e *Debriefings*.

Retail Project Management

- A gestão de projectos e a gestão de operações
- O falhanço de muitos projectos: as causas e as melhores práticas recomendadas
- Os processos da gestão de projectos
- O planeamento do projecto: o ciclo de planeamento, os sub-processos e as metodologias
- O planeamento de actividades: a *work-breakdown structure* (WBS)
- O planeamento de tempos e recursos: o PERT/CPM e o Gantt
- O planeamento do risco: a mitigação dos riscos e os planos de contingência
- O planeamento de custos: o orçamento
- O controlo do projecto: o sistema de informação, a avaliação do trabalho realizado e o *Earned Value Management* (EVM)
- Importância dos factores humanos na gestão de projectos

Retail Finance

- Geradores de Valor
 - O Ciclo Económico e o Processo de Criação de Valor
 - Excedentes, Lucros, Margens

- Análise de Rendibilidade-Risco
 - As Relações Custo-Volume-Resultado (CVR)

- Utilizações do *Break-Even* e Efeito de Alavancagem Financeira
- Estratégias e Políticas Comerciais
 - Aplicação das Técnicas do CVR às Carteiras de Produtos
 - Aplicação das Técnicas do CVR à Formulação de Preços
- Medidas de Avaliação do Desempenho das Actividades
 - Margem Residual e EVA
 - Criação de Negócios, o *Free Cash Flow* e o Valor do Negócio
- Custeio Baseado nas Actividades e Aplicações ao Retalho
- Perspectivas Futuras para Empresas de Retalho

Retail Marketing and Sales Management

- O Marketing no Retalho.
- Variáveis Principais do Marketing e o Plano de Marketing no Retalho
- O Contexto das Vendas no Retalho: Vendas de Produtos; Vendas de Serviços
 - Questões Sociais, Éticas e Legais das Vendas
 - Prospecção de Mercado
 - A Dinâmica das Vendas
- Selecção da metodologia de apresentação
- Aproximações estratégicas
- Construção de um relacionamento
 - Gestão das Vendas em Ambiente de Retalho
 - Organização das Vendas; Motivação; Planeamento; Compensação
 - A Gestão do Território de Vendas: por Espaço, por Produto, por Cliente
 - O Custo das Vendas
 - Uso de Novas Tecnologias para Facilitar/Apoiar as Vendas
 - Perspectivas Futuras

Retail Negotiation and Positive Dynamics

- O Processo de Negociação: foco em empresas relacionais
- Planear a negociação: diagnóstico e identificação dos resultados esperados
- Conhecer e utilizar factores situacionais e psicológicos na negociação
- Desenvolver opções mutuamente vantajosas
- Formular estratégias de negociação e gerir o tempo da negociação
- Seleccionar as estratégias e táticas adequadas e controlar a atmosfera emocional

- Participar na obtenção de concessões com significado e assegurar acordos no final
- Assegurar *Follow-up*
- Negociação em Ambientes Relacionais e Psicologia Positiva
- Influências das Dinâmicas Positivas nos Jogos de Negociação
- Casos e Exemplos e *Debriefings*

Retail Supply Chain Management

- Logística e *Supply Chain Management*
- Análise do Sistema Logística e *Bottlenecks*: Instrumentos
- Mapeamento da Cadeia Logística e *Bottlenecks*
- Qualificação de Fornecedores e Ciclo de *Procurement*; Contratos
- Ciclo de Encomenda: Gestão do Transporte e da Armazenagem
- Prestadores de Serviços Logísticos
- Gestão de *Stocks*
- Simulação de uma Cadeia de Abastecimento
- Casos, Exemplos e *Debriefings*

Retail Category Management & Merchandising

- Gestão de Categorias
- Racional da Gestão de Categorias
- Planeamento Conjunto e Movimentos Colaborativos: QR, ECR e CPFR
 - Mercados e Áreas de Influência
 - Comportamento do Consumidor
- Factores Situacionais e Influência do Consumidor no Ponto de Compra
- Satisfação e Fidelização do Consumidor
- Rituais de Compra e de Consumo (físicos e digitais)
 - *Merchandising*: Objectivos e Funções do *Merchandising*
- Objectivos e Funções do *Merchandising*
- Tipologias de Pontos de Venda
- Gestão de Lineares e Análise de Rendibilidade
 - Negociação de Ponto de Venda
 - Promoção e PLV – Publicidade no Local de Venda
 - Gestão por Categorias ou *Category Management*
- Definição e Análise da Categoria
- Objectivos e Papel Estratégico da Categoria

- O *Merchandising* no Contexto da Internet
- Casos de Estudo
- Perspectivas Futuras

Retail Management Control Systems

- O papel dos sistemas de controlo de gestão na monitorização da performance
- Informação financeira para a gestão
- Custeio baseado nas actividades (CBA) e *economic value added* (EVA)
- A medição do valor financeiro numa perspectiva multidimensional
- Responsabilização pelos resultados
- Controlo operacional: o *Tableaux de Bord* e a metodologia OVAR
- Controlo estratégico: o *Balanced Scorecard*

Retail Brand Management

- Estratégia da organização e a estratégia da marca
- Elementos básicos das Marcas e Arquitectura de marcas
- Expressão, *naming* e design, aplicações e implementação
- Avaliação das marcas
- Gestão das Marcas
- Casos e Exemplos. *Debriefings*

e-Retail Management

- Oportunidades de Negócio
 - *e-Procurement*
 - Mercados Verticais
 - Mercados Horizontais
- *B2B – Business-to-Business* e *B2C – Business-to-Consumer*
 - Evolução
 - Principais Barreiras
 - Perspectivas
 - P2P
 - *M-Commerce*
- Ambientes de Desenvolvimento
 - *ISP*
 - *ASP's* vs Sistemas Proprietários

- Ferramentas
 - Oferta de Mercado (EUA, Europa)
- Modelos de Negócio:
 - Tecnologia
 - Logística
 - Transacções Bancárias
- Legislação
- Segurança
- *CRM* no Contexto do Negócio de Retalho
- Gestão de Conteúdos
- Os negócios de retalho e a Web 2.0
- Casos de Estudo e Exemplos. *Debriefings*
- Perspectivas Futuras