

Mestrado Executivo em *Retail Management*

PROGRAMA DAS CADEIRAS

1º CICLO

STRATEGIC RETAIL MANAGEMENT

- Análise, Planeamento e Gestão Estratégica no Retalho, *ON* e *OFFLINE*
- Análise Estratégica do Meio Envolverte, *ON* e *OFFLINE*
 - Mercados Locais e Mercados Globais; Áreas de Influência; Zonas de Partição
 - Expansão e Formas de Expansão: por Tipo de Controlo e por Área Geográfica
 - Análise Político-Económica e Sócio-Cultural
 - Instrumentos de Análise do Meio Envolverte
- Análise da Empresa Retalhista e do *Retail Mix*. Os Retalhos de Serviços: Banca & Seguros.
- Avaliação de Recursos, Custos e Proveitos
 - Competências Centrais e Vantagens Competitivas
 - Análise *SWOT* / *TOFA*
- Formulação Estratégica
 - Missão, Objectivos e Estratégia
 - Estratégias de Produtos-Mercado, de Integração Vertical, de Cadeia, de Rede (e de Redes de *Franchising*) e de Diversificação
 - Estratégias de Penetração-Desnatação, *Pricing*, Sortido e de *Digital B2B end-use e B2C*
- Parcerias e Alinhamentos Estratégicos
- Implementação Estratégica
- *Case Studies*
- Perspectivas Futuras

MERCHANDISING

- Mercados e Áreas de Influência; Marcas de Fabricante vs Marcas Próprias
- Valor da Insígnia *Off* e *Online*
- 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

2º CICLO

RETAIL SALES MANAGEMENT

- 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
- Casos de Estudo

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

3º CICLO

RETAIL MARKETING

- Características e tendências no Retalho Internacional, nomeadamente em alguns países da Europa (Reino Unido, França, Alemanha, Espanha) e, também, Brasil
- *Retail Relationship Marketing* e país de origem, bem como relacionamento comprador/fornecedor
- Critérios de decisão dos compradores de retalho, *international sourcing*, estrutura do retalho, segmentação por tipologia de produto e canal de distribuição
- Variáveis de compra no retalho tais como experiência, qualificações, local da decisão de compra, entre outros
- Insígnia e *Corporate Reputation*. Casos empíricos: Marks & Spencer, Littlewoods, New Look, entre outros

- Metodologia de medição do valor da marca-insígnia (desenvolvida em conjunto com o Prof. Gary Davies, Manchester Business School); alinhamento entre as perspectivas interna (*corporate identity*) e externa (*corporate image*) do retalhista
- Vídeos com *case studies*: Nike, Levis e Heinz, entre outros
- *Franchising*
- *Case Studies*
- Perspectivas futuras e discussão de artigos recentes

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

4º CICLO

RETAIL LOGISTICS

- Logística: Princípios Gerais
 - Lógica de processo
 - Lógica *Cross-Functional*
- Logística & *Marketing*
- Novo perfil de Consumo: Tempo como Variável de Diferenciação
- Serviço e Serviço Logístico; Fidelização; Retenção
- Actividades Logísticas
- Qualificação de Fornecedores
- Negociação de Serviço
- Transporte
- Armazenagem
- Movimentos de Resposta Rápida: *ECR*, *QR/CR* e *CPFR*
- *Fulfilment & e-Fulfilment*
 - Modelos de *Fulfilment*
 - Modelos de Entrega
- Casos de Estudo
- Perspectivas Futuras
- Simulação Logística

e-COMMERCE

- 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
- Casos de Estudo
- Perspectivas Futuras

5º CICLO

SMALL BUSINESS RETAIL MANAGEMENT

- Pequeno Comércio Alimentar e Não Alimentar: Características e Realidade Portuguesa
- Mercado Alimentar: HORECA e Pequeno Retalho Alimentar
- Mercado Não Alimentar: *Pure Services & Semi-Production Services*
- *Progressive/Regressive Productivity* nos Serviços e no Retalho
- *Applied Retail Mix*: Factores Localização e Sortido no Pequeno Retalho
- *Merchandising* e PLV (Publicidade no Local de Venda) no Pequeno Retalho
- Gestão de *Stocks* no Pequeno Retalho: Sistemas Multi-Referência e Efeito *Bullwhip*
- Gestão Financeira, Plano e Orçamento de um Pequeno Retalho
- *Customer Relationship Management* no Pequeno Retalho
- Perfis Profissionais e Requalificação do Capital Humano
- *Case Studies*
- Perspectivas Futuras

NEGOTIATION

- Abordagem à Arena Negocial
- Pontos de Resistência; Variáveis de Inversão e Amplitudes
- Elementos de Teoria dos Jogos: Jogos de Soma Nula; Jogos de Cooperação

- Jogos de Soma Nula
- Jogos de Cooperação
- Elementos e Técnicas de Negociação
- Posicionamentos Fornecedor-Cliente e Argumentos para o Retalho
- Resolução de Conflitos
- Casos de Estudo
- Exemplos Práticos
- Perspectivas Futuras