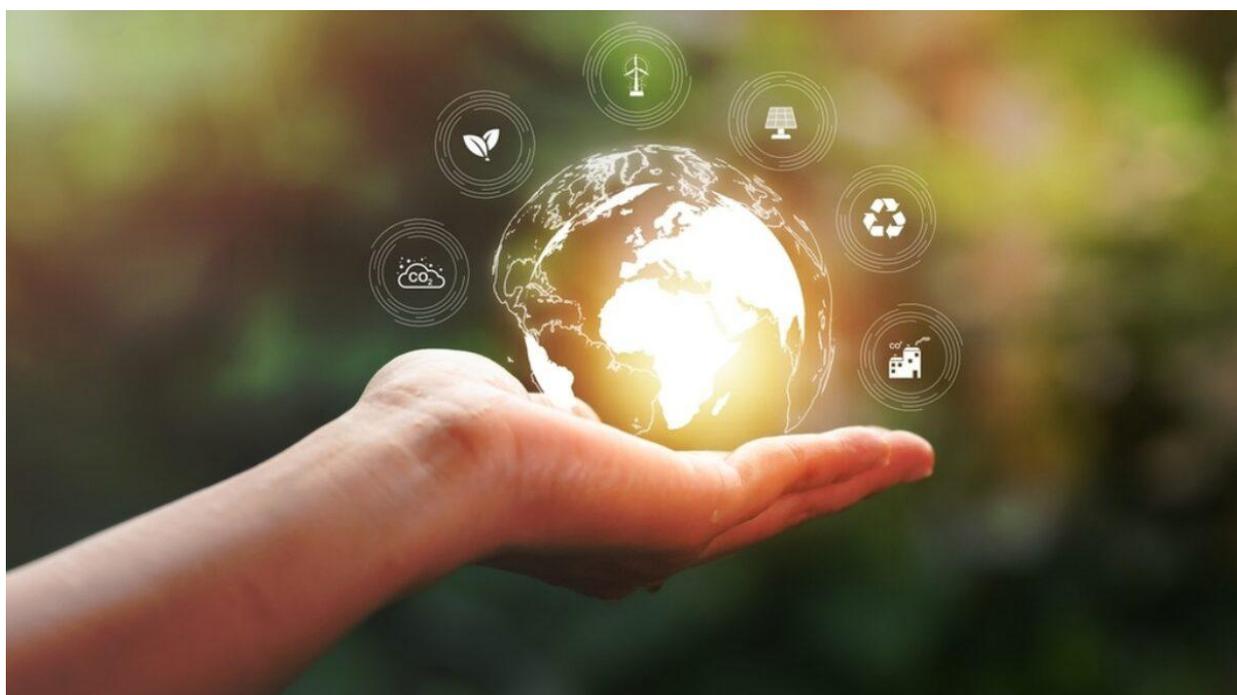


MINI-MBA de Especialização em Empreendedorismo Ambiental e Social: Impactar e Gerar Valor

A Distância



Coordenadora Dr^a. Ana Marques

Índice

Duração Total.....	3
Destinatários.....	3
Perfil de saída.....	3
Pré-Requisitos.....	3
Objetivo Geral.....	3
Objetivos Específicos	3
Estrutura modular e respetiva carga horária	4
Conteúdos programáticos.....	4
Metodologia	6
Avaliação dos Formandos	6
Recursos Didáticos	6
Equipa de Formação	7
Condições	8
Cancelamentos e Não Comparências	8

Plano do Mini-MBA de Especialização em Empreendedorismo Ambiental e Social: Impactar e Gerar Valor

Duração Total

50 Horas

Destinatários

A todos os profissionais interessados em empreender com propósito; jovens empreendedores com interesse em causas ambientais e sociais; Organizações comunitárias, ONGs, cooperativas, grupos de mulheres e jovens; profissionais da área de sustentabilidade, desenvolvimento, ambiente, SER; educadores, técnicos de projetos sociais e ambientais; *Startups* de impacto e pequenos negócios sustentáveis.

Perfil de saída

Todos os alunos no final recebem um certificado de participação no Mini- MBA de Especialização de fundamentos de especialização.

Pré-Requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este Mini- MBA de Especialização são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer;
- Pode aceder ao Mini- MBA de Especialização a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Objetivo Geral

Este Mini- MBA de Especialização é dirigido a todos os profissionais que pretendem desenvolver iniciativas empreendedoras com impacto social e ambiental positivo, alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), conjugando inovação, propósito, sustentabilidade e viabilidade económica.

Objetivos Específicos

No final deste Mini- MBA de Especialização os participantes ficarão aptos a:

- Compreender os conceitos de empreendedorismo social, ambiental e de impacto;
- Identificar problemas socioambientais e transformá-los em oportunidades de negócio sustentável;
- Desenvolver uma proposta de valor com propósito social e/ou ambiental claro;
- Construir modelos de negócio sustentáveis com impacto positivo;
- Usar ferramentas como Lean Canvas de Impacto, Mapa de Stakeholders e Teoria da Mudança;
- Definir estratégias de mobilização de recursos e parcerias sustentáveis;
- Planear e comunicar o impacto (indicadores, relatórios e pitch);
- Estruturar um plano de ação e apresentar uma ideia de negócio com foco em impacto.

Estrutura modular e respetiva carga horária

Módulo	Duração
<i>Módulo 0 – Abertura</i>	
<i>Módulo I – Introdução ao Empreendedorismo de Impacto</i>	3h
<i>Módulo II – Identificar Desafios Socioambientais como Oportunidades</i>	4h
<i>Módulo III – Proposta de Valor com Propósito</i>	5h
<i>Módulo IV – Construir um Modelo de Negócio Sustentável</i>	5h
<i>Módulo V – Planeamento de Impacto: da Ideia à Ação</i>	5h
<i>Módulo VI – Sustentabilidade, Recursos e Parcerias Estratégicas</i>	4h
<i>Módulo VII - Ecosistema de Apoio e Fontes de Financiamento</i>	4h
<i>Módulo VIII - Comunicação e Storytelling para o Impacto</i>	4h
<i>Módulo IX - Medir e Demonstrar Impacto</i>	3h
<i>Módulo X - Elaboração do Plano de Ação</i>	4h
<i>Módulo XI – Exame</i>	6h
<i>Módulo XII – Encerramento</i>	
Total	50h

Conteúdos programáticos

Módulo 0 – Abertura

- Apresentação dos formadores e dos formandos;
- Apresentação dos objetivos e metodologias de funcionamento de ação de formação.

Módulo I – Introdução ao Empreendedorismo de Impacto

- O que é empreendedorismo social e ambiental;
- Diferenças entre ONG, negócio tradicional e negócio de impacto;
- O papel do empreendedor no desenvolvimento sustentável.
- Casos de sucesso

Módulo II – Identificar Desafios Socioambientais como Oportunidades

- Diagnóstico participativo e análise de problemas reais;
- Ferramentas de geração de ideias: SWOT, brainstorming, mapa de causas;
- Introdução aos ODS como guia para negócios de impacto.

Módulo III – Proposta de Valor com Propósito

- Como criar soluções desejáveis, viáveis e sustentáveis;
- Ferramenta: *Value Proposition Canvas* com foco social/ambiental;
- Segmentação de beneficiários, clientes e parceiros;
- Criar uma proposta de valor transformadora.

Módulo IV – Construir um Modelo de Negócio Sustentável

- Introdução ao *Lean Canvas* de Impacto;
- Análise de viabilidade económica e impacto;
- Ferramenta: *Social Business Model Canvas*;
- Análise de modelos híbridos e sustentáveis.

Módulo V – Planeamento de Impacto: da Ideia à Ação

- Teoria da Mudança: lógica de transformação
- Como planear para gerar impacto real e mensurável
- Ferramenta: Matriz de Impacto
- Planeamento reverso: como chegar ao resultado desejado

Módulo VI – Sustentabilidade, Recursos e Parcerias Estratégicas

- Sustentabilidade financeira: como gerar receita e reinvestir no impacto
- Ferramenta: Mapa de *Stakeholders*
- Engajar a comunidade e criar redes de colaboração
- Parcerias éticas e estratégicas para negócios de impacto

Módulo VII – Ecosistema de Apoio e Fontes de Financiamento

- Ecosistemas locais e globais de apoio a empreendedores de impacto
- Financiamento social e ambiental: doações, crowdfunding, etc.
- Como escrever uma proposta para investidores sociais
- Estudos de caso: projetos financiados com impacto

Módulo VIII – Comunicação e *Storytelling* para o Impacto

- Como comunicar com propósito
- Técnicas de *storytelling* e narrativas de transformação
- Construir autoridade e mobilizar pessoas através da causa
- Preparar o *Pitch* de Impacto

Módulo IX – Medir e Demonstrar Impacto

- O que medir? Indicadores de impacto ambiental e social
- Ferramentas de monitoramento e relatórios simples
- Como comunicar o impacto a doadores, parceiros e comunidades

Módulo X – Elaboração do Plano de Ação

Módulo XI – Encerramento.

- Avaliação do Mini- MBA de Especialização: formadores e formandos.

Metodologia

Este Mini- MBA de Especialização tem como objetivo promover um ambiente interativo entre o formador e o grupo bem como entre todos os formandos. Neste sentido recorre a uma abordagem dos conteúdos programáticos através da utilização de métodos e técnicas pedagógicas diversificadas.

Momento / Objetivo	Método / Técnica
Nos módulos I ao III	Expositivo / Demonstrativo / Ativo
Nos módulos I ao III	Análise de casos reais
Durante toda a ação de formação	Interrogativo

Avaliação dos Formandos

Caso o participante opte por fazer exame, as técnicas de avaliação utilizadas inserem-se nos 3 momentos de avaliação da seguinte forma, conforme expressa o quadro seguinte:

Momento	Técnica	Instrumento	Objetivo
Inicial	Formulação de Perguntas Oraís	Guião de Perguntas	Verificar Pré-Requisitos
Formativo	Observação	Grelha Observação	Avaliar o desempenho ao longo das sessões
Sumativo	Avaliação	Teste	

Recursos Didáticos

- Documentação Teórica.

Equipa de Formação

Dra. Ana Marques

Licenciatura em Engenharia Têxtil
Bacharelato em Gestão de Marketing
MBA em Gestão de Empresas



Resumo de Competências

Ampla experiência em Marketing e Vendas em empresas multinacionais de diferentes sectores (Indústria, Comércio e Serviços), operando em diversos países (Portugal, Espanha, França, Inglaterra, Itália, Suécia, USA, Angola e Moçambique), com destaque na definição de “estratégias de marketing e comunicação”, “imagem e identidade corporativa; “gestão e ativação de marcas”, “campanhas institucionais e promocionais”, “gestão de redes sociais e redação de conteúdos”, “organização e supervisão de eventos.

Consultoria e Formação em marketing, comunicação, vendas, negociação, atendimento e gestão de reclamações.

Facilidade na análise de situações, foco no Cliente, orientação para a concretização de resultados, capacidade de organização e de adaptação a ambientes multiculturais e multidisciplinares.

Experiência Profissional

Desde 2015: Gestora de Projetos – GSM, Gestão de Sinistros de Moçambique – Maputo, Moçambique;

De 2013 a dezembro 2015: Consultora de Marketing e Comunicação – diversas empresas nas áreas de construção civil [ALDO], carpintaria [AllWood], segurança [Plantão], instalações especiais [EOS], Recrutamento e Formação [Xela Services] – Luanda, Angola;

De 2012 a 2013: Gestora de Contas Sénior – Creation, Agência de Comunicação – Luanda, Angola;

De 2010 a 2012: Diretora de Marketing e Comunicação – DW [Darwin & Warhol], Agência de Marketing e Comunicação – Porto, Portugal;

De 2008 a maio 2010: Diretora de Marketing – Escola Superior de Negócios Atlântico - Atlântico Business School;

De 2006 a 2008: Marketeer – Instituto de Estudos Secundários Atlântico (IESA) – Vila Nova de Gaia, Portugal;

De 2005 a 2006: Gestora Comercial, Mercado Internacional – Finley Company, S.A. - Leça da Palmeira, Portugal;

De 2001 a 2005: Assistente Comercial, Mercado Internacional – Carvitex, Confeção de Malhas, Lda. – Póvoa de Lanhoso, Portugal;

De 1998 a 2001: Responsável de Marketing e Comunicação – IFS Portugal – Industrial & Financial Systems – Porto, Portugal;

Condições

Caso tenha mais do que dois participantes consulte-nos para conhecer as nossas vantagens empresariais!

High Skills – Formação e Consultoria LDA

Avenida Conde Valbom nº 6, 2º andar, 1050-068

Lisboa, Portugal

Nº fiscal: 513 084 568

A inscrição só fica confirmada após emissão da fatura pró-forma/fatura final e o pagamento da mesma.

Cancelamentos e Não Comparências

O(s) formandos(s) poderão fazer-se substituir por outro(s) participante(s), devendo comunicar a alteração até 5 dias úteis antes do início do Mini-MBA de Especialização.

A sua não comparência do(s) formando(s) no dia de início da formação não dará lugar ao reembolso do valor da inscrição e será cobrada na sua totalidade.

1. CLIENTE (Preencher quando o Formando não é cliente final)			
Entidade:		Telefone:	
Responsável:		E-mail:	
Morada:			
Código Postal:		Fax:	
Nº Contribuinte / Fiscal:			
2. DADOS FORMANDO(S)			
Nome:			
E-mail:			
Mini-MBA:	Mini-MBA de Especialização em Empreendedorismo Ambiental e Social: Impactar e Gerar Valor		
Data Nascimento:		Nacionalidade:	
Tipo de Documento:		Número de Doc. de Identificação:	

Contatos possíveis para mais informações:

E-mail: geral@highskills.pt

Telefone: +351 217 931 365

