



MINI-MBA de Especialização em Empreendedorismo Digital: Da Ideia ao Negócio



Coordenadora Dr^a. Ana Marques

Índice

Designação do Curso.....	2
Duração Total do Curso de Formação	2
Destinatários.....	2
Perfil de saída.....	2
Pré-Requisitos.....	2
Objectivo Geral	2
Objectivos Específicos.....	2
Estrutura modular e respectiva carga horária.....	3
Conteúdos programáticos	3
Metodologia.....	5
Avaliação dos Formandos.....	5
Recursos Didácticos	5
Equipa de Formação	6
Coordenador.....	Erro! Marcador não definido.
Formadores.....	Erro! Marcador não definido.



Plano do Mini- MBA de Especialização em Empreendedorismo Digital: Da Ideia ao Negócio

Duração Total:

50 Horas

Destinatários:

A todos os profissionais que pretendem iniciar um negócio digital do zero; Empreendedores que desejam estruturar, profissionalizar e ampliar a sua atuação no digital; Empreendedores, freelancers e criadores de conteúdo; Profissionais em transição de carreira ou com espírito empreendedor.

Perfil de saída:

Todos os alunos têm direito a um certificado de participação no MINI-MBA.

Adicionalmente e sem qualquer custo acrescido, podem submeter-se a um exame de avaliação no final do curso. Esta opção é facultativa e após aprovação, os participantes recebem um certificado de "Aprovado no Exame de Avaliação". **Este certificado proporciona acesso a equivalências académicas de cadeiras a nível superior de uma Licenciatura ou Mestrado de acordo com a universidade escolhida pelo aluno.**

A High Skills não pode assegurar o nível de créditos obtidos porque os mesmos são somente da responsabilidade da universidade e curso escolhido pelo participante.

Pré-Requisitos:

Não se aplica

Objetivo Geral:

Este Mini- MBA de Especialização é dirigido a todos os profissionais que pretendam criar, lançar e gerir um negócio digital, desde a geração da ideia até à implementação de estratégias de marketing, vendas, operação e finanças, usando ferramentas práticas e acessíveis ao contexto do empreendedor digital.

Objetivos Específicos:

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

- Compreender os conceitos de empreendedorismo social, ambiental e de impacto;
- Compreender o conceito de empreendedorismo digital e suas oportunidades
- Identificar e validar ideias com potencial de mercado
- Definir um público-alvo claro e construir uma proposta de valor convincente
- Criar um plano de negócio digital com ferramentas simples
- Desenvolver canais de venda e presença digital eficaz
- Aplicar fundamentos de marketing digital acessível
- Gerir preços, custos e finanças básicas de um negócio online
- Organizar um plano de ação para lançar e manter o negócio digital

Estrutura modular e respetiva carga horária

Módulo	Duração
<i>Módulo 0 – Abertura</i>	
<i>Módulo I – Introdução ao Empreendedorismo Digital</i>	3h
<i>Módulo II – Geração e Validação de Ideias</i>	4h
<i>Módulo III – Conhecer o Cliente e Mercado</i>	4h
<i>Módulo IV – Proposta de Valor</i>	4h
<i>Módulo V – Planeamento e Modelo de Negócio</i>	4h
<i>Módulo VI – Construção da Presença Digital</i>	4h
<i>Módulo VII - Canais de Venda Online</i>	4h
<i>Módulo VIII - Produção de Conteúdo e Comunicação</i>	3h
<i>Módulo IX - Finanças Básicas para Negócios Digitais</i>	4h
<i>Módulo X - Elaboração do Plano de Ação</i>	8h
<i>Módulo XII – Encerramento</i>	
Total	50h

Conteúdos programáticos:

Módulo 0 – Abertura

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

Módulo I – Introdução ao Empreendedorismo Digital

- O que é empreendedorismo digital
- Modelos mais comuns de negócios digitais
- Oportunidades, riscos e tendências
- Perfis de empreendedor digital e habilidades-chave

Módulo II – Geração e Validação de Ideias

- Onde encontrar ideias de negócio?
- Como identificar problemas reais e transformá-los em oportunidades
- Métodos de validação: testes rápidos, escuta ativa, landing pages, protótipos
- MVP – Produto Mínimo Viável: conceito e exemplos práticos

Módulo III – Conhecer o Cliente e Mercado

- Identificar o público-alvo e criação de persona
- Ferramenta: mapa de empatia + jornada do cliente
- Estudo do mercado e análise de concorrência (benchmarking digital)

- Estudos de tendências de consumo online

Módulo IV – Proposta de Valor

- O que torna a ideia relevante e diferente?
- Ferramenta: Value Proposition Canvas
- Adequação da proposta à dor/desejo do cliente
- Casos de propostas de valor fortes em negócios digitais reais

Módulo V – Planeamento e Modelo de Negócio

- Ferramenta: Lean Canvas adaptado ao digital
- Segmentos de cliente, canais, receitas, estrutura de custos
- Plano de ação básico: cronograma, metas, marcos
- Estudo de caso de negócios locais e internacionais

Módulo VI – Construção da Presença Digital

- Nome, domínio e identidade visual
- Plataformas: redes sociais, sites simples, WhatsApp Business
- Ferramentas acessíveis: Canva, Linktree, Wix, Notion, Google Sites
- Como iniciar uma presença digital profissional com poucos recursos

Módulo VII – Canais de Venda Online

- Como escolher canais de venda: redes sociais, e-commerce, marketplaces
- Estratégias para atrair os primeiros clientes
- Construção de funis simples de venda e relacionamento
- Dicas práticas para vender via Instagram, WhatsApp, landing pages

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

- Como calcular preço de venda e margem de lucro
- Custos fixos e variáveis: como planejar
- Ferramentas simples para controlo financeiro (Excel, Google Sheets)
- Simulação de fluxo de caixa e metas financeiras realistas

Módulo X – Elaboração do Plano de Ação

Módulo – Encerramento

Metodologia:

Este curso tem como objectivo promover um ambiente interactivo 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 X	Expositivo / Demonstrativo / Ativo
Módulo V ao VI	Análise de casos reais
Durante toda a ação de formação	Interrogativo

Avaliação dos Formandos:

As técnicas de avaliação indicadas inserem-se nos 3 momentos de avaliação da seguinte forma, conforme expressa o quadro seguinte:

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

Recursos Didáticos:

- ✓ Sala de formação;
- ✓ Projetor de vídeo;
- ✓ Documentação Teórica;
- ✓ Kit de Formando.

Equipa de Formação:

Dra. Ana Marques

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



Foto

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 Digital: Da Ideia ao Negócio Online		
Data Nascimento:		Nacionalidade:	
Documento:		Número de Doc. de Identificação:	

Contatos possíveis para mais informações:

E-mail: geral@highskills.pt

Telefone: +351 217 931 365

