

Carga horária: 24h

OBJETIVO

Fornecer aos participantes os fundamentos para a gestão de laboratórios de calibração e ensaios visando a sustentabilidade econômica e prover ferramentas para delinear diretrizes de implementação de ações futuras sustentáveis nos laboratórios participantes, utilizando Planos de Negócios.

PÚBLICO ALVO

- Coordenadores de laboratórios de metrologia públicos ou privados, prestadores de serviços para o mercado, que tenham desafios de sustentabilidade econômica.
- Profissionais de marketing e vendas que precisem conhecer as particularidades da comercialização de serviços metrológicos.
- Gestores de instituições que necessitem compreender melhor como laboratórios de metrologia podem ser gerenciados como um negócio lucrativo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Introdução
 - 1.1. Teoria da Complexidade
 - 1.2. Vale a pena prestar serviços metrológicos?
2. Avaliação e Posicionamento do Negócio – Quem somos e onde estamos?
 - 2.1. Stakeholders/Concorrência
 - 2.2. Análise Estratégica
 - 2.2.1. Trabalho em Rede
3. Definição de Visão, Objetivos e Metas – Onde queremos e podemos chegar?
 - 3.1. Posicionamento Competitivo
4. Estratégias e Planos de Ação – Como chegaremos lá?
 - 4.1. Elaborando Planos de Negócios para Laboratórios
 - 4.2. Operações
 - 4.2.1. Custos da Qualidade
 - 4.2.2. Modelo de Gestão de Laboratório
 - 4.2.3. Automação e Informatização de Laboratórios
 - 4.2.4. Planejamento e Controle da Produção de Laboratórios
 - 4.3. Finanças
 - 4.3.1. Cálculo de Custos dos Serviços
 - 4.3.2. Fontes de financiamentos
 - 4.3.3. Precificação
 - 4.4. Marketing
 - 4.4.1. Pesquisa e Segmentação de Mercado
 - 4.4.2. Desenvolvimento de Novos Serviços
 - 4.4.3. Divulgação de Serviços Metrológicos
 - 4.4.4. Vendas de Serviços Metrológicos
 - 4.4.5. Marketing de Relacionamento Aplicado a Laboratórios
 - 4.4.6. Ferramentas WEB