

PROGRAMAÇÃO

21 de outubro de 2015 das 9h00 às 17h30

I - O Processo de Inteligência

- Definindo Inteligência
- Os vários personagens envolvidos no processo de inteligência
- Os benefícios do processo de inteligência

II - Captação de sinais de mercado – *Early Warning*

- Mapeamento de *drivers*, tendências e incertezas
- Diferença entre riscos e incertezas
- Criação de um radar de sinais de incertezas
- Identificação de evoluções micro e macro ambientais: tendências e eventos
- Triagem de grandes quantidades de informações para detectar tendências e incertezas emergentes
- Seleção das áreas de vigilância pertinentes para o negócio
- Exemplos das melhores práticas de *Early Warning*

III - Práticas de Inteligência

1. Exercício Análise da Concorrência

Como realizar uma análise da concorrência observando a posição da Organização, seja uma IES, escola de ensino fundamental e médio, considerando uma unidade, mais de uma unidade ou rede.

2. Exercício *Early Warning* ou Sinais de Mercado

São relatos de mudanças de autoridades governamentais no âmbito federal, estadual ou municipal que podem influenciar a organização. Mudanças a partir da LDB ou qualquer outra que impacte no negócio da educação.

Ou ainda a possível chegada ou entrada de um grupo estrangeiro no mercado brasileiro, ou até mesmo, algum grupo brasileiro interessado em entrar na área de educação.

3. Exercício Perfil Empresarial

Como elaborar perfis empresariais (análise da concorrência), perfil para visitar grupos educacionais (em outros estados ou em outros países) ou visitas técnicas em outros países com vistas a cooperação ou parceria (Coréia do Sul, China).

4. Exercício Análise Comparada Comunicação

Diante das campanhas de comunicação das IES's e até mesmo de colégios de ensino médio, qual a mensagem, posicionamento das respectivas instituições?

O que pais e alunos estão entendendo? Estão entendendo o que as instituições estão querendo passar?

Como se faz uma análise de conteúdo e a importância de considerar os estudantes antes de levar uma campanha de comunicação para execução final.

IV - Técnicas e modelos analíticos

- Encontrando o foco para a inteligência
- Fatores críticos de sucesso
- Analisando a própria empresa
- Analisando os seus concorrentes
- Análise da cadeia de valor

V - Perguntas e respostas