

Lançamos pontes para o seu **futuro**

Curso de Organização e Gestão de Empresas



Nome do Curso

Organização e Gestão de Empresas

Objetivos do Curso

O curso de Organização e Gestão de Empresas do INEPI é um curso em formato de MBA (Master in Business Administration), que aborda a gestão empresarial numa perspectiva essencialmente prática, possibilitando aos formandos uma transferência directa dos conhecimentos adquiridos para a sua prática do dia-a-dia.

A principal função do gestor é essencialmente definir objetivos e delinear a forma de os alcançar, coordenando as atividades da organização e motivando os seus colaboradores (a sua equipa), e por isso ele deve ter uma preparação abrangente, que lhe permita estar apto a dialogar com os profissionais das diversas áreas na sua linguagem técnica. O curso pretende, pois, dotar os formandos dessa capacidade de entender cada uma das áreas de actividade da organização / empresa, por forma a poder efectuar a interligação entre todas elas, de modo a que o conjunto funcione em perfeita sintonia.

Não sendo exaustivo no universo da gestão, o curso centra-se nos conhecimentos e técnicas mais essenciais para se gerir uma empresa (ou outro tipo de organização) com elevado grau de competência.

O objectivo principal é portanto que os formandos fiquem com uma visão tão abrangente quanto possível das principais vertentes da actividade de uma empresa ou outro tipo de organização, mas numa perspectiva fundamentalmente prática, direccionada aos problemas do dia-a-dia do gestor, e não desenvolver uma abordagem teórica ou conceptual. A função de um gestor é muito mais resolver problemas do que analisá-los para além do estritamente necessário.

A componente financeira, a comercial, a jurídica e a de recursos humanos serão as principais áreas abordadas, por serem os alicerces de qualquer empresa. Naturalmente que, consoante os ramos de actividade de cada empresa – comércio, indústria, serviços – ou o seu sector de actividade, outros temas poderão ser relevantes. Não é, contudo, objectivo deste curso ser demasiado específico nesse campo, pretendendo esta formação cingir-se aquilo que é transversal a qualquer organização empresarial.

Destinatários

O curso de Organização e Gestão de Empresas (MBA) do INEPI destina-se a um público heterogéneo, tanto em termos de idade, como no que diz respeito à formação académica e experiência profissional.

Elemento comum é a necessidade de obterem uma formação em Gestão, essencialmente prática e dirigida à realidade concreta do dia-a-dia de uma empresa. Regra geral, os gestores não são executantes, mas sim planeadores e decisores.

O público dispersa-se pois entre pessoas com formações académicas diversas, ou mesmo sem qualquer formação académica específica, mas que por razões da sua evolução profissional atingiram (ou pretendem assumir) um cargo de gestão (sectorial ou geral) que as obriga a adquirir conhecimentos sobre as matérias inerentes à gestão empresarial.

Obviamente que o curso se dirige também a muitos pequenos e médios empresários, que sentem necessidade de ter um controlo maior sobre o que se passa na sua empresa. Mais uma vez se constata, portanto, a perspectiva essencialmente prática que estas pessoas procuram na sua formação.

Pré-requisitos

Para a frequência desta formação não são exigidos pré-requisitos especiais.

O curso é aberto a qualquer participante, sendo todavia recomendável ter como base a frequência do ensino secundário.

Perfil dos Formadores

Como é norma nos cursos do INEPI, os formadores conjugam uma relevante formação académica com uma experiência profissional prática e efectiva, sendo profissionais da área, com um conhecimento muito directo e prático das necessidades profissionais com que os formandos se confrontarão no mercado de trabalho.

Estruturação Pedagógica do Curso

O curso tem uma estrutura modular, funcionando num sistema de módulos agrupados em 4 ciclos, com um total de 18 módulos.

A estrutura do curso é a seguinte:

CICLO I – ÁREA CONTABILIDADE E FINANCEIRA

Noções de Contabilidade Geral	20 horas
Noções de Contabilidade Analítica	10 horas
Cálculo Comercial e Financeiro	8 horas
Gestão Orçamental	16 horas
Análise e Gestão Financeira	16 horas

CICLO II – ÁREA JURÍDICA

Legislação sobre RPGD (Regulamentação Geral de Proteção de Dados)	4 horas
Princípios de Direito Comercial	8 horas
Noções Fundamentais de Direito do Trabalho e Legislação Laboral	10 horas
Noções Fundamentais de Fiscalidade	12 horas
Riscos Jurídicos da Gestão – Responsabilidades dos Gestores	8 horas

CICLO III – ÁREA COMERCIAL, COMUNICAÇÃO E MARKETING

Marketing Mix	18 horas
Marketing Digital	10 horas
Gestão Comercial	14 horas
Comunicação Empresarial	16 horas

CICLO IV – ÁREA RECURSOS HUMANOS

Gestão de Recursos Humanos	12 horas
Técnicas de Chefia	8 horas
Liderança e Gestão de Equipas	8 horas
Gestão do Tempo	8 horas

Nota: os ciclos não têm precedências entre si, pelo que a ordem dos mesmos pode ser diferente da apresentada acima.

Perfil de Competências

No final do curso os formandos terão adquirido conhecimentos que lhes permitirão gerir uma empresa ou outro tipo de organização.

Os formandos terão conhecimentos ao nível das diversas vertentes da Gestão Empresarial que lhes permitirão coordenar equipas, analisar informação e, essencialmente, tomar decisões tecnicamente fundamentadas que possibilitem o desenvolvimento e enriquecimento da organização no seu todo, de uma forma harmoniosa e sustentável.

Saídas Profissionais

No final do curso, os formandos estarão aptos a gerir uma empresa de tipo PME, uma estrutura sectorial de uma organização ou empresa de grande dimensão, ou gerir a sua própria empresa.

Certificações

No final do curso o formando terá direito a um certificado de formação profissional, nos termos da legislação em vigor.

O curso não confere grau académico.

Metodologia Pedagógica

O curso adopta, na sua parte teórica, uma metodologia expositiva, normalmente suportada em técnicas que incentivem as dinâmicas de grupo.

No entanto, privilegia-se fundamentalmente a perspectiva prática, com o recurso a muitos trabalhos práticos e casos de estudo.

Meios e Recursos Didáticos

O curso decorrerá em sala, com recurso a suportes audiovisuais ou outros meios adequados à formação. Eventualmente, poderá incluir sessões fora de portas, como visitas de estudo ou de trabalho a determinadas empresas ou organizações.

A bibliografia eventualmente recomendada, ou meios técnicos que o formando possa utilizar na sua vida profissional pós-curso, não são considerados como consumíveis, pelo que o seu custo não é considerado para a estimativa acima referida.

Por norma, qualquer documentação fornecida pelo INEPI, para apoio à formação, é disponibilizada em formato digital. Se o formando a pretender na forma impressa (em papel), o custo desse serviço ser-lhe-á debitado.

Critérios de Avaliação

A avaliação deste curso é feita módulo a módulo. Para concluírem o curso com aproveitamento, os formandos deverão obter classificação positiva em todos os módulos.

A média final do curso é a média aritmética das notas dos diversos módulos.

O critério de avaliação nos módulos tem em conta a avaliação contínua, bem como as notas de trabalhos finais (exames) ou outros que sejam efectuados durante o módulo. São também valorizados factores como a assiduidade, participação nas aulas, execução de trabalhos de rotina, etc.

A escala de avaliação utilizada é de 0 a 20.

Condições do Curso

A duração do curso é de 206 horas.

As condições quanto a horários disponíveis, preços e condições de pagamento são as que, à data, constarem da tabela de condições dos cursos, do INEPI. Esta informação é fornecida directamente pela Secretaria.

As condições contratuais são as constantes no Regulamento Interno do INEPI (disponível na Secretaria do INEPI e no site www.inepi.pt).

Versão do Referencial: V.10

Porquê estudar no INEPI?

O INEPI – Instituto de Ensino Profissional Intensivo é uma instituição privada criada em 1981, dedicada exclusivamente à formação profissional.

Ao longo destas décadas, o INEPI tem-se afirmado como uma instituição de referência neste setor, tanto em Portugal, como nos mercados internacionais de língua portuguesa, em particular nos PALOP.

O INEPI teve também desde sempre uma forte presença no chamado mercado *corporate*, que são os serviços de formação contratados diretamente pelas empresas, organizações e organismos públicos, o que nos tem possibilitado uma forte ligação ao mercado empresarial e à realidade do mercado de trabalho.

A principal característica diferenciadora do INEPI é a forte incidência prática das suas formações. De facto, o INEPI não concorre com instituições académicas, pois não é esse o seu objetivo, mas antes complementa a formação académica com a formação prática, num sentido muito direcionado à realidade laboral.

Numa época em que vivemos submergidos pelo excesso de informação, onde o grande conhecimento é a capacidade de captar o essencial e abdicar do acessório, também na nossa vida profissional – incluindo a preparação técnica – cada vez mais os melhores profissionais são aqueles que têm a capacidade de se focarem naquilo que é essencial e realmente necessário para um bom desempenho de uma tarefa, não desperdiçando o seu tempo com conceitos, pormenores ou preciosismos que apenas retardam o seu desempenho.

Essa é pois a grande mais-valia da formação oferecida pelo INEPI: focamo-nos apenas no que é realmente essencial, e que tem aplicação direta à prática profissional.

Para tal, preparamos os melhores programas de formação, recorrendo aos melhores profissionais. Essa é a outra face da mesma moeda: apenas recorrendo a formadores que realmente trabalham diariamente em contexto real é que podemos oferecer essa perspetiva prática nas nossas formações.

Também o facto de realizarmos constantemente projetos formativos dentro das próprias empresas e organizações nos permite uma grande sensibilidade face às necessidades concretas do mercado.

Os nossos formadores não são pois académicos (sem desprimor algum para quem dedica a sua vida à investigação e ao ensino), mas são profissionais que complementam a sua atividade profissional diária com o gosto pela formação e o prazer de ensinar, e que por isso estão realmente próximos do contexto real de trabalho, e totalmente focados na perspetiva prática das matérias e nas necessidades reais e objetivas das empresas e organizações.

Por essa razão, os conteúdos das nossas formações estão em constante atualização, por forma a refletir sempre o que está a ser feito hoje mesmo no contexto real do mundo empresarial.

Também a grande interatividade do INEPI com o mercado, através de parceiras, protocolos, clientes empresariais, reconhecimentos, etc., garante aos nossos formandos uma grande facilidade de ligação e inserção no mercado laboral.

No INEPI, lançamos pontes para o seu futuro!

Conteúdo Programático

CICLO I – ÁREA CONTABILIDADE E FINANCEIRA

Noções de Contabilidade Geral (20 horas)

1. COMPREENDER A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE NA EMPRESA
 - 1.1. A actividade económica
 - 1.2. A empresa
 - 1.2.1. Classificação jurídica
 - 1.2.2. Classificação económica
2. TERMINOLOGIA CONTABILÍSTICA
 - 2.1. Capital social
 - 2.2. Activo versus Passivo
 - 2.3. Débito versus Crédito
 - 2.4. Noções de partidas dobradas
 - 2.5. O Sistema de Normalização Contabilística e o Plano de Contas
 - 2.5.1. Análise e compreensão das diversas contas
 - 2.5.2. Explicação dos movimentos contabilísticos
 - 2.6. Balanço
 - 2.7. Balancete
 - 2.8. Demonstração de Resultados
 - 2.9. Amortizações
 - 2.10. Provisões
3. CONTA DE RESULTADOS:
 - 4.1. Análise das principais contas de custos
 - 4.2. Análise das principais contas de proveito
6. PROVISÕES E RESERVAS
 - 6.1. Provisões
 - 6.1.1. Constituição ou reforço
 - 6.1.2. Anulação ou redução
 - 6.2. Reservas
 - 6.2.1. Tipificação
 - 6.2.2. Constituição
 - 6.2.3. Utilização

Noções de Contabilidade Analítica (10 horas)

1. INTRODUÇÃO
2. DETERMINAÇÃO DO CUSTO INDUSTRIAL
 - 2.1. Componentes, matérias-primas, mão-de-obra e gastos gerais de fabrico
 - 2.2. Classificação dos custos
 - 2.2.1. Variáveis fixos totais
 - 2.2.2. Custos reais e custos básicos

- 2.2.3. Custos directos e indirectos
- 2.3. Critérios de valorização de stocks
- 2.4. Amortizações e critérios para o seu cálculo

3. O MÉTODO DAS SECÇÕES HOMOGÉNEAS

- 3.1. Origem dos métodos e seus objectivos
- 3.2. Repartição dos gastos industriais pelas secções de fabrico
- 3.3. Repartição dos gastos de venda e de administração

4. SISTEMAS DE APURAMENTO DE CUSTOS

- 4.1. Sistemas de custos reais
- 4.2. Sistemas dos custos totais básicos
- 4.3. Sistemas dos custos variáveis reais
- 4.4. Sistemas dos custos variáveis básicos

Cálculo Comercial e Financeiro (8 horas)

1. CÁLCULO COMERCIAL – NOÇÃO E ÂMBITO DE APLICAÇÃO

- 1.1. Operações de Cálculo Comercial
 - 1.1.1. Percentagens
 - 1.1.2. Operações cambiais
 - 1.1.3. Capitalização em regime de juro simples e juro composto
 - 1.1.4. Operações financeiras com títulos de crédito
 - 1.1.4.1. Taxas
 - 1.1.4.2. Descontos

2. CÁLCULO FINANCEIRO – NOÇÕES E ÂMBITO DE APLICAÇÃO

- 2.1. Tabelas financeiras
- 2.2. Noções de valor actual e acumulado e de renda (fórmulas)
- 2.3. Financiamentos a médio e longo prazo

Análise e Gestão Financeira (16 horas)

- 1. Estrutura do Capital
- 2. Custo do capital e plano de financiamento
- 3. Estimativa do custo
- 4. Estimação de necessidades de financiamento
- 5. Capitais próprios versus capitais alheios
 - 5.1. Rácio de autonomia financeira
- 6. Financiamento de curto prazo e de longo prazo
- 7. Fontes de financiamento externas
 - 7.1. Crédito bancário
 - 7.2. Leasing
 - 7.3. Factoring
 - 7.4. Venture capital
 - 7.5. Business angels
 - 7.6. Crowdfunding
 - 7.7. Subsídios de incentivo ao investimento
 - 7.8. Outras fontes de financiamento
- 8. Plano de financiamento
 - 8.1.1. Os estados financeiros e análise de rácios
 - 8.1.2. Conta de resultados
 - 8.1.3. Tabela de recursos
 - 8.1.4. Balanço
 - 8.1.5. Rácios de liquidez e de endividamento
 - 8.1.6. Rácios de eficiência
 - 8.1.7. Rácios de rentabilidade
 - 8.2. Rendimentos e custo operacional
 - 8.2.1. Estimativa de rendimentos e do custo operacional

- 8.2.2.Determinação da margem beneficiária
- 8.3. Ponto morto e análise de sensibilidade
 - 8.3.1.Gráfica
 - 8.3.2.Ponto morto
 - 8.3.3.Análise do ponto morto
 - 8.3.4.Análise de sensibilidade
 - 8.3.5.Índice de rentabilidade
 - 8.3.6.Índice de liquidez
 - 8.3.7.Índice de solvabilidade
 - 8.3.8.Outros instrumentos de medida de eficiência do projeto
- 8.4. Cash flow
 - 8.4.1.Métodos de cash flow atualizados
 - 8.4.2.Determinação do cash flow
 - 8.4.3.Estudo de cash flow
- 8.5. Critérios qualitativos de decisão e problemas financeiros~
 - 8.5.1.Período de reembolso
 - 8.5.2.Taxa de rendimento interna
 - 8.5.3.Valor atual líquido
 - 8.5.4.Análise de risco
 - 8.5.5.Causas controláveis e causas não controláveis
 - 8.5.6.Aumento de custos
 - 8.5.7.Inflação
 - 8.5.8.Métodos de minimização de problemas financeiros

Gestão Orçamental (16 horas)

1. A GESTÃO ORÇAMENTAL
 - A gestão global e a gestão orçamental
 - O planeamento e a elaboração do orçamento
 - Objectivos de curto prazo
 - Objectivos de médio prazo
 - Objectivos de longo prazo
2. O PROCESSO DE PREPARAÇÃO E PLANEAMENTO ORÇAMENTAL
 - Pesquisar e tratar a informação
 - Seleccionar a informação útil e verificar da sua performance
 - Novos produtos, novos serviços e novas actividades a desenvolver
3. A CONCEÇÃO E ELABORAÇÃO DO ORÇAMENTO
 - Objectivos estratégicos e objectivos operacionais
 - Objectivos quantitativos e qualificativos
 - Os custos a considerar
 - Custos de estrutura
 - Custos fixos e custos variáveis
 - Outros custos
4. OS NOVOS INVESTIMENTOS
 - Incluir os novos projectos
 - Prever e fazer incidir nos orçamentos
5. NEGOCIAR E DEFENDER O ORÇAMENTO
 - Apresentar um orçamento coerente
 - Preparar-se para a defesa do seu orçamento
 - Negociar e discutir o orçamento
6. O PROCESSO DE ACOMPANHAMENTO
 - Desenhar o modelo do sistema de informação e controlo
 - Acompanhar o orçamento

- Organizar e utilizar o quadro de acompanhamento – tableaux de bord
- Analisar os desvios e dar resposta imediata

CICLO II – ÁREA JURÍDICA

Legislação sobre RPGD - Regulamentação Geral de Proteção de Dados (4 horas)

1. Legislação nacional e normativos europeus relativos à Proteção de Dados Pessoais
2. O tratamento de dados pessoais como um direito fundamental
3. A responsabilidade das empresas pela proteção dos dados pessoais
4. Normas para recolha, processamento, utilização e eliminação de dados pessoais
5. Obrigatoriedade de existência de um plano de um plano de segurança dos dados pessoais
6. Obrigatoriedade da existência da função de DPO – Data Protection Officer (Responsável pela Proteção de Dados)
7. Direitos da pessoa singular na recolha, utilização e manutenção de dados pessoais
8. Como atuar em caso de violação de dados
9. Penalidades financeiras e criminais por responsabilidade no acesso ou manutenção indevida de dados pessoais

Princípios de Direito Comercial (8 horas)

1. Principais noções do Direito Comercial
2. Actos de comércio
3. Formas jurídicas da empresa
4. Obrigações dos comerciantes
5. A firma e denominações
6. Registo comercial
7. Atos empresariais: da constituição à insolvência
8. Marcas, logótipo e sinais distintivos

Noções Fundamentais de Direito do Trabalho e Legislação Laboral (10 horas)

1. Introdução ao Direito de Trabalho
2. O Contrato de Trabalho e os Contratos Afins
3. Direitos e Deveres do Empregador e do Trabalhador
4. O Poder Disciplinar
 - 4.1. O procedimento disciplinar
5. Férias, Feriados e Faltas
6. Duração do trabalho e organização do tempo de trabalho
7. Trabalho Suplementar
8. O Contrato a Termo
9. A Cessação do Contrato de Trabalho
10. A Greve
11. O regime contributivo dos trabalhadores independentes e reflexo na entidade contratante

Noções Fundamentais de Fiscalidade (12 horas)

1. NOÇÕES DE DIREITO FISCAL
 - 1.1. Direito Financeiro, Direito Tributário e Direito Fiscal
 - 1.2. Natureza e autonomia do Direito Fiscal
 - 1.3. Relação entre o Direito Fiscal e outros ramos do Direito

2. O IMPOSTO – NOÇÃO E MOMENTOS DA VIDA DO IMPOSTO
 - 2.1. Noção de Imposto
 - 2.2. Distinção de figuras afins
 - 2.3. Momentos da vida do Imposto

3. CLASSIFICAÇÃO DOS IMPOSTOS
 - 3.1. Impostos directos e indirectos
 - 3.2. Impostos reais e pessoais
 - 3.3. Impostos principais e acessórios
 - 3.4. Impostos estatuais e locais
 - 3.5. Impostos periódicos e de obrigação única
 - 3.6. Impostos de quota fixa e de quota variável
 - 3.7. Impostos sobre rendimentos
 - 3.8. Impostos sobre património
 - 3.9. Impostos sobre consumo

4. FONTES DO DIREITO FISCAL
 - 4.1. Lei Constitucional
 - 4.1.1. Princípios de legalidade tributária
 - 4.1.2. Princípios de igualdade
 - 4.1.3. Princípio de autorização anual de cobrança
 - 4.2. Lei ordinária e Decreto-Lei

 - 4.3. Regulamentos
 - 4.4. Costume, doutrina e Jurisprudência
 - 4.5. Tratados Internacionais

5. INTERPRETAÇÃO E INTEGRAÇÃO DAS NORMAS FISCAIS

6. APLICAÇÃO DA LEI FISCAL
 - 6.1. Aplicação no espaço. O princípio da territorialidade
 - 6.2. Aplicação no tempo das leis fiscais. O princípio da não retroactividade

7. A RELAÇÃO JURÍDICO-FISCAL
 - 7.1. Sujeito activo
 - 7.2. Sujeito passivo

8. CARACTERIZAÇÃO DO SISTEMA FISCAL PORTUGUÊS

CAPITULO II – IMPOSTOS NA ESPECIALIDADE

1. IRS – Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares
Caracterização – Incidência – Isenções – Determinação da Matéria Colectável – Taxas –
Liquidação – Cobranças – Obrigações acessórias.

2. IRC – Imposto sobre o Rendimento das Pessoas colectivas
Caracterização – Incidência – Isenções – Determinação da Matéria Colectável – Taxas –
Liquidação – Cobranças – Obrigações acessórias.

3. IVA – Imposto sobre o Valor Acrescentado
 - 3.1. Caracterização – Incidência real e pessoal – Territorialidade
 - 3.2. Regime normal
 - 3.3. Regimes especiais
 - 3.3.1. Regime de isenção
 - 3.3.2. Regime dos pequenos retalhistas
 - 3.4. Regularização "pro-rata", sua exemplificação

CAPITULO III – GARANTIAS DOS CONTRIBUINTES E INFRAÇÕES FISCAIS.

1. Garantias gerais dos contribuintes
2. Garantias processuais dos contribuintes: revisão oficiosa, reclamação da fixação da matéria tributável, reclamação graciosa, impugnação judicial.

Riscos Jurídicos da Gestão – Responsabilidades dos Gestores (8 horas)

1. Responsabilidade Administrativa e Fiscal
2. Responsabilidade Civil
3. Responsabilidade Criminal
4. Conceitos de fraude, evasão e elisão fiscal
5. Planeamento fiscal agressivo
6. Branqueamento de capitais
7. Contratos
8. Avais pessoais
9. Falência, insolvência, falência fraudulenta
10. A desconsideração da personalidade jurídica de pessoa coletiva
11. Outras responsabilidades de sócios, gerentes e administradores

CICLO III – ÁREA COMERCIAL, COMUNICAÇÃO E MARKETING

Marketing Mix (18 horas)

1. MARKETING - HISTÓRIA E CONCEITOS
2. METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO
 - 2.1 Mercado, segmentação, técnicas de segmentação, segmentos de mercado
 - 2.2 Análise de consumidor: estudo de mercado, definição do público-alvo, definição do perfil do consumidor
 - 2.3 Estudo do produto
 - 2.4 Análise da concorrência
 - 2.5 Os 4 P's do Marketing Mix: Product (Produto), Price (Preço), Place (Distribuição), Promotion (Comunicação)
3. INSTRUMENTOS DE MARKETING
 - 3.1. Canais de distribuição
 - 3.2. Publicidade
 - 3.3. Relações Públicas
 - 3.4. Assistência após-venda
4. LANÇAMENTO E RELANÇAMENTO DOS PRODUTOS
5. O PLANO DE MARKETING

Marketing Digital (10 horas)

1. Os novos paradigmas da comunicação
2. O marketing e comunicação no mundo digital
3. A importância de um site bem desenvolvido
 - 3.1. Na componente criativa e comunicacional
 - 3.2. Na componente tecnológica
4. Como divulgar e vender no mundo digital
5. Ferramentas de comunicação e marketing digitais
 - 5.1. Plataformas de divulgação por áreas de atividade:

- 5.2. Outras formas genéricas de divulgação e marketing: Google AdWords, Google AdSense, Facebook empresarial, Instagram, Twitter, etc.
- 6. A importância da análise do retorno do investimento em marketing
 - 6.1. Como gerar tráfego para o seu site
 - 6.2. Noção de métrica de avaliação de retorno
 - 6.3. Análise do retorno no Google AdWords
 - 6.4. Vantagens do Google Analytics
 - 6.5. Análise do retorno do Facebook
 - 6.6. Outros meios de avaliação de retorno

Gestão Comercial (14 horas)

- 3. O ORGANIGRAMA DA FUNÇÃO COMERCIAL
 - 3.1. Dependência hierárquica
 - 3.2. Segregação de funções
- 4. A VENDA E TÉCNICA DE GESTÃO
 - 4.1. Gestão por objectivos
 - 4.2. Planeamento
 - 4.3. Formação contínua
 - 4.4. Gestão de produto
 - 4.5. Campanhas promocionais
 - 4.6. A rede de vendas
 - 4.7. O controle de vendas
 - 4.8. A assistência pós-venda
 - 4.9. O Cross-selling

Comunicação Empresarial (16 horas)

I) Introdução geral do tema comunicação empresarial

- 1. Conceito geral de comunicação
- 2. Definição dos conceitos: missão, visão e valores da empresa
- 3. Conceito de identidade da empresa
- 4. Semiótica da comunicação
- 5. Estrutura corporativa
- 6. Importância da informação nas organizações

II) A importância crucial da imagem corporativa

- 1. O que é a imagem corporativa
- 2. O que define a imagem corporativa
- 3. Como criar uma imagem corporativa
- 4. A componente gráfica
 - 4.1 Logótipo
 - 4.2 Uniformidade na documentação geral e outras formas de comunicação
- 5. Valores, missão, objetivos, responsabilidade social
- 6. A imagem corporativa e os recursos humanos
 - 6.1 Assimilação da imagem corporativa pelos colaboradores
 - 6.2 A importância do manual de receção para novos funcionários
 - 6.3 A cultura de empresa

III) Importância da comunicação empresarial

- 1. Conceito comunicação empresarial
- 2. Ética empresarial e responsabilidade social
- 3. Razões para o sucesso e insucesso nas PME
- 4. Níveis do processo comunicacional
- 5. Comunicar em situações de crise

IV) Conseguir obter uma comunicação integrada: interna e externa

1. Comunicação integrada
- 1.1 Comunicação interna
 - Princípios da comunicação interna
 - Factores da comunicação interna
 - Tipos de comunicação interna
 - Endomarketing
- 1.2 Comunicação externa
 - Tipos de comunicação externa
 - Imagem corporativa e reputação

V) A comunicação empresarial na época digital

1. O mundo digital da comunicação
- 1.2 Canais digitais de comunicação
- 1.2.1 Canais próprios (redes sociais, corporate e-mails, corporate website, etc.)
- 1.2.2 Como gerir a comunicação no ambiente da internet
- 1.2.3 O fenómeno das notícias falsas e como combatê-las

CICLO IV – ÁREA RECURSOS HUMANOS

Gestão de Recursos Humanos (12 horas)

1. TEORIAS DA ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO
 - A Administração Científica
 - A Teoria da Administração
 - A Escola das Relações Humanas
 - A Teoria Comportamental
 - Novas abordagens: a organização como sistema aberto; o desenvolvimento organizacional
2. TÉCNICAS DE GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS
 - Planeamento
 - Análise e Qualificação de Funções
 - Recrutamento e Selecção
 - Formação Profissional
 - A Avaliação dos Resultados
 - Políticas de Remuneração

Técnicas de Chefia (8 horas)

Chefia e liderança em tempos de mudanças

- A Organização
- O papel da Gerência
- Competência técnica, administrativa e humana do líder
- Responsabilidade e autoridade
- Estilos de liderança
- Definição de metas, objectivos e tarefas
- Delegação – o que é delegar, o que delegar e o que não delegar
- Como dar instruções e avaliar o desempenho

Liderança e Gestão de Equipas (8 horas)

1. Reconhecer a importância do trabalho em equipa para o indivíduo e para a organização
2. Identificar as características das equipas de elevada performance
3. Criar mecanismos de comunicação eficazes para o desenvolvimento da equipa
4. Adoptar estilos de liderança adequados tendo em conta os critérios de eficácia individual e grupal

5. Utilizar as principais técnicas de motivação dos elementos de uma equipa
6. Definir e alcançar os objectivos para a equipa
7. Reconhecer e valorizar as capacidades dos colaboradores

Gestão do Tempo (8 horas)

Módulo 1 - Gestão do tempo

- Gerir o Tempo com o um processo
- Analisar o Tempo
- Clarificar Objectivos
- Perceber rotinas
- A Assertividade: qualidade fundamental

Módulo 2 – Planeamento do Tempo

- Criar e implementar planos de ação
- Diferenciar tarefas segundo prioridades
- Como evitar desperdícios de tempo e tarefas não essenciais

Módulo 3 – Agendamento de atividades

- Importância da Inovação
- Grelhas de gestão de tempo
- A importância crucial da agenda: agenda tradicional e agenda eletrónica
- Como criar e gerir a agenda

Módulo 4 – Comunicação eficaz como instrumento da gestão do tempo

- Diferentes formas de comunicar
- Bases de uma comunicação eficaz
- Impacto da comunicação na gestão do tempo
- Delegação de tarefas

Módulo 5 – A gestão do stress

- Fatores stressantes, quantitativos e qualitativos do stress
- Plano de ação para evitar o stress