



CATÁLOGO DE FORMAÇÃO

RECURSOS HUMANOS



AVALIAÇÃO E GESTÃO DE DESEMPENHO

Objectivos gerais:

1. Identificar a importância vital dos sistemas de avaliação e gestão de desempenho, na produtividade e melhoria contínua das equipas e organização
2. Tomando como referência os seus próprios sistemas de avaliação, aumentar o domínio dos seus procedimentos
3. Adquirir competências de gestão de desempenho baseada nos dados da avaliação formal e informal do desempenho
4. Identificar quais os dados e recomendações a integrar no sistema de gestão de desempenho da organização.

Destinatários

Chefias e líderes de equipas com responsabilidades de avaliação de desempenho. Preferencialmente provenientes de organizações onde existem sistemas de avaliação de desempenho implementados, cuja motivação seja aperfeiçoar o domínio das suas ferramentas e procedimentos.

Enquadramento da formação

Esta formação não visa uma abordagem teórica dos modelos e orientações da avaliação e gestão de desempenho, não se dirigindo portanto, a técnicos de recursos humanos que desejem conhecimento teórico sobre sistemas e modelos de avaliação e gestão de desempenho. Esta formação visa dotar os formandos, que tem responsabilidades formais de avaliação de desempenho, com ferramentas e competências que permitem uma efectiva avaliação e gestão dos desempenhos dos seus colaboradores, no dia a dia, e em articulação com as orientações do sistema de avaliação e gestão de desempenho existente na organização.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

1. A importância dos sistemas de avaliação e gestão de desempenho
 - Objectivos destes sistemas e melhores práticas
 - Qual o seu sistema de avaliação de desempenho?
 - Como criar um sistema de avaliação para a equipa, se não existir na organização.
2. Ferramentas da avaliação de desempenho
 - Objectivos da avaliação de desempenho.
 - Formulários de avaliação de desempenho.
 - Avaliação de desempenho formal e informal.
 - A avaliação de desempenho como responsabilidade diária dos líderes
3. E depois da avaliação? A gestão do desempenho
 - Objectivos da gestão de desempenho.
 - A gestão de desempenho como responsabilidade diária dos líderes
 - Feedback de desempenho como ferramenta indispensável.
 - Técnicas para o líder na gestão de desempenho:
 - Como dar feedback eficaz - positivo e negativo
 - Processos de gestão de desempenho formais e informais
 - Gerir o desempenho através de objectivos
 - Planos de desenvolvimento de desempenho
 - Estrutura e metodologias de reunião de gestão de desempenho
 - Co-definição de planos de desenvolvimento individual
 - Definição de objectivos, planos de acção e indicadores de sucesso
 - Métodos de monitorização e supervisão do processo
 - O líder como formador / treinador
 - A delegação como ferramenta de formação e gestão de desempenho
 - Recomendações para formação, recrutamento, promoção e mudança de função

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



COACHING

Objectivos gerais:

1. Reconhecer o potencial de cada membro da equipa e dominar o processo de coaching.
2. Compreender e identificar os factores de compromisso e de bloqueio.
3. Adaptar o seu estilo de intervenção e de gestão ao diagnóstico e aos desafios de cada situação.
4. Construir o plano de desenvolvimento individual das competências de cada membro da equipa.

Destinatários

Chefias intermédias e Quadros Superiores

Pré Requisitos

Os formandos devem ter já frequentado formação em liderança que aborde a liderança situacional e/ou terem um desempenho consolidado de competências de liderança, comunicação e assertividade.

Definição de “Coach” e “Coaching”

O “coach” é o treinador e mentor dos seus colaboradores, envolvendo-os num processo de cooperação que visa a aquisição e aperfeiçoamento de competências críticas para a equipa e organização. O “coaching” visa melhorar continuamente o desempenho das equipas, preparando o futuro e respondendo aos desafios que se antecipam. O processo de “coaching” é baseado numa comunicação bidireccional, franca, tranquila e baseada em respeito mútuo.

O programa de formação poderá ser adaptado em maior detalhe, consoante o objectivo do cliente, nomeadamente se pretende implementar uma cultura e processos sistemáticos de “coaching” para melhorar o desempenho de colaboradores nas actuais funções, ou promover e implementar processos de “coaching” para preparação de promoção ou mudança de funções a curto/médio prazo.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

1. Evolução do papel de gestor: da chefia hierárquica ao “manager coach”. Enquadramento e justificação.
2. Os processos de coaching, as fases e objectivos.
3. Diagnóstico das necessidades, estádios de autonomia e potencial dos colaboradores.
4. Estilos de gestão e “coaching” adequados ao perfil, autonomia e momento na carreira dos colaboradores.
5. Competências relacionais essenciais ao “coach” eficaz:
 - Manter o ânimo, adesão e motivação dos colaboradores alvos de “coaching”
 - Diagnosticar bloqueios ao progresso e resolvê-los eficazmente
 - Técnicas de comunicação eficaz e escuta activa
 - Assertividade e gestão de momentos de tensão
 - Comunicação de mensagens difíceis e confrontação
6. O processo de “coaching”:
 - O “manager” como exemplo vivo das competências valorizadas
 - O “coach” como inspirador de desempenhos de excelência
 - O método das perguntas
 - Feedback como ferramenta fundamental de “coaching”
 - Directrizes para o feedback positivo/reforço positivo ou elogio
 - Directrizes para o feedback negativo
 - Processos de “coaching” formais e informais
 - Como criar momentos de “coaching” informal
 - Fases e preparação de processos formais e estruturados de “coaching”
 - A reunião de “Coaching”: Preparação, fases e objectivos
 - Co-definição de planos de desenvolvimento individual
 - Definição de objectivos, planos de acção e indicadores de sucesso
 - Métodos de monitorização e supervisão do processo de “coaching”
 - A delegação como ferramenta de formação e “coaching”

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt





COMERCIAL



ATENDIMENTO: a fidelização começa aqui

Objectivos gerais:

1. Identificar as noções base de atendimento de excelência e de qualidade de serviço e a sua contribuição para o desenvolvimento da imagem positiva da empresa;
2. Adoptar uma atitude de qualidade e excelência na prestação dos serviços, utilizando técnicas fundamentais para um atendimento personalizado;
3. Desenvolver competências de atendimento, recepção, despedida e tratamento de reclamações;
4. Adaptar o atendimento de excelência ao meio de comunicação: telefone e e-mail.

Destinatários

Equipa de vendas, coordenadores comerciais e outros destinatários considerados pertinentes.

Pré Requisitos

A formação destina-se a colaboradores que lidam com clientes como principal função e visa elevar a exigência quanto aos seus estilos de atendimento, especialmente na forma como interpretam atendimento de qualidade. Especialmente indicada para colaboradores com longa experiência e que necessitem de atingir níveis de excelência e atendimento de alta qualidade, que distingue pelo seu impacto. Indicado particularmente para industria hoteleira e retalho.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Atendimento ao cliente - importância do atendimento e a imagem da empresa:

- A imagem da empresa e relação com atendimento.
- Factores que produzem imagem de qualidade.

Atendimento ao cliente - atitudes e comportamentos:

- Atitudes e comportamentos para um atendimento de excelência.
- A importância da comunicação no atendimento: principais técnicas.
- Comunicação Verbal e não verbal.
- Assertividade como alicerce do atendimento de excelência.

O atendimento de qualidade na prática:

- O ciclo de atendimento: Acolhimento, Atendimento, Despedida.
- Os quatro factores essenciais para a qualidade do serviço ao cliente.
- Satisfazer as necessidades dos clientes e ir para além das expectativas.
- Como assegurar a fidelização dos clientes.
- Gerir interações com clientes difíceis ou insatisfeitos.

A Gestão das Reclamações:

- A reclamação como oportunidade.
- Técnicas para atendimento de reclamações.

Atendimento telefónico e comunicação por e-mail - noções gerais:

- Técnicas para atendimento telefónico
- Técnicas para comunicação por e-mail

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



VENDA E NEGOCIAÇÃO COMERCIAL

Objectivos gerais:

1. Dinamizar a capacidade comercial dos Técnicos Comerciais
2. Aprofundar técnicas de venda e negociação comercial
3. Dominar o processo de negociação com fornecedores e ou clientes

Destinatários

Equipa de vendas, coordenadores comerciais e outros destinatários considerados pertinentes.

Pré Requisitos

A formação destina-se a aperfeiçoar as técnicas de vendas e negociação para colaboradores que tem na actividade comercial a sua principal função.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Entender o processo de vendas:

- As etapas do processo de vendas
- As necessidades dos clientes e as motivações da compra

A comunicação na venda:

- Escuta activa e atitude de apoio e clarificação.
- Postura e a importância da comunicação não verbal.
- Sondar necessidades não reveladas pelo cliente

Técnicas de venda e negociação comercial:

- Gestão da venda e das 6 etapas no processo de vendas.
- As necessidades insatisfeitas como motivadoras de compra.
- Identificação das necessidades do cliente, apresentação e aconselhamento de soluções.
- Distinção entre características e benefícios do produto.
- Demonstração/exposição adequada do produto.
- A confiança e convicção no processo de venda.
- A persuasão e argumentação.
- A venda cruzada.
- A negociação comercial.
- O fecho da venda e as suas diferentes alternativas.

Lidar correctamente com objecções:

- Distinção entre objecções reais e não reais
- As objecções reais como processo natural e interesse na compra
- Como lidar eficazmente e sistematicamente com objecções
- Utilizar as objecções como suporte de argumentação.

Os erros que destroem a venda :

- Os principais erros na venda e negociação comercial e como evitá-los.
- Estratégias para conhecer os seus produtos na perfeição.
- Lidar com o fracasso e a rejeição: Análise e correcção da abordagem.

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt





GESTÃO



GESTÃO POR OBJECTIVOS

Introdução

A gestão por objectivos constitui uma abordagem completamente diferente da realidade empresarial face aos métodos tradicionais de gestão. A ligação entre o estabelecimento de objectivos credíveis, possíveis mas desafiadores, a formas de recompensa, incluindo a determinação do salário, é altamente incentivador da melhoria permanente do desempenho dos colaboradores da empresa e das próprias áreas de negócio envolvidas.

Objectivos gerais:

1. Compreender globalmente a importância do modelo de gestão por objectivos, por resultados e por empenhamento;
2. Implementar um tipo de gestão que permite estabelecer um equilíbrio dinâmico entre os objectivos determinados, a satisfação das aspirações dos envolvidos e os resultados alcançados

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Introdução à Gestão, sua evolução e perspectivas futuras
- O comportamento nas empresas e organizações.
- A componente motivacional. A cultura e o clima organizacional.
- O papel do gestor no desenvolvimento empresarial. Vencer resistências.
- Os processos de planeamento e controlo empresariais e organizacionais.
- O balanceamento dos objectivos e resultados.

MÓDULO II:

- A gestão por Objectivos.
- A criação da empresa virada para a obtenção de resultados.
- O empenhamento humano.
- Os modelos de gestão por objectivos e as formas da sua implementação.
- Formar, desenvolver e orientar as intervenções dos colaboradores “empreendedores” na organização, para conseguir resultados. Aplicação prática: Um modelo para o sucesso.

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



BENCHMARKING PARA A EXCELÊNCIA

Introdução

O Benchmarking é o processo contínuo e sistemático que permite a comparação das performances das organizações e respectivas funções ou processos face ao que é considerado “o melhor nível”, visando não apenas a equiparação dos níveis de performance, mas também a sua ultrapassagem.

“A prática do benchmarking consiste na pesquisa dos melhores métodos utilizados nos diferentes processos de negócio e funções empresariais, com especial ênfase naqueles cujo impacto, no desempenho, permite assegurar e sustentar vantagens competitivas.

No benchmarking a avaliação e comparação não representam um fim em si, mas um meio para apoiar o processo de melhoria; constituindo-se como uma forma de aprendizagem, dado que a procura de melhores práticas implica uma análise cuidada das diversas formas de implementação dos processos, das metodologias de trabalho e dos diferentes arranjos organizacionais. “

in IAPMEI – Benchmarking e Boas Práticas

Objectivos gerais:

1. Diagnosticar os factores críticos do negócio, com o objectivo de corrigir rotas e de fazer mais e melhor;
2. Compreender a avaliação do desempenho da empresa a que pertencem comparativamente a um grupo ou sector de actividade;
3. Planear o futuro, definindo e projectando acções que devem ser prioritárias, em função da identificação de pontos fortes e fracos.

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- O aparecimento e evolução do Benchmarking.
- Fundamental sobre o conceito.
- O papel do Benchmarking no caminho para a Qualidade Total.
- O caminho para a excelência.
- As etapas do Benchmarking.
- A Metodologia para desenvolvimento dos estudos de Benchmarking e Boas Práticas.
- A Implementação das oportunidades de melhoria.

MÓDULO II:

- Os envolvidos no processo de Benchmarking.
- A procura de informações.
- A análise, Metodologias.
- A implementação do processo de Benchmarking

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



CONTROLO ESTRATÉGICO

Introdução

A adequação da estratégia da empresa à execução dos procedimentos de gestão é uma das tarefas mais importantes do desempenho das instituições. No entanto, este é frequentemente um ponto fraco nas organizações.

O Balanced Scorecard (BSC) é um sistema de gestão que possibilita às organizações clarificar a sua visão e estratégia e transpô-las para a acção. Fornece o necessário “feedback” dos processos internos do negócio e dos resultados externos, permitindo melhorar continuamente o desempenho e os resultados. O Tableau de Bord constitui uma ferramenta extremamente útil para a avaliação do momento da organização.

Assim, justifica-se a necessidade de oferta nesta área, com o objectivo geral de dotar os colaboradores da instituição com um instrumento prático de análise sobre o desempenho dos centros de responsabilidade, permitindo um acompanhamento da execução orçamental mais rápido e contribuindo para um mais qualificado processo de tomada de decisão.

Objectivos gerais:

1. Implementar um Balanced Scorecard como ferramenta de análise estratégica, bem como um Tableau de Bord, que permita uma avaliação do desempenho da instituição, em tempo útil.
2. Habilitar os formandos a participar de uma forma comprometida e com valor agregado nos processos estratégicos.

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Análise corrente da aplicação da estratégia
- O Quadro de Indicadores, instrumento de pilotagem e do controlo das performances.
- O Quadro de Indicadores, elemento-chave do desdobramento da missão e da estratégia da empresa ao nível da acção.
- Fazer do Quadro de Indicadores um instrumento essencial da gestão da empresa
 - Suas características;
 - Seus princípios e concepção;
 - Suas condições de produção e de utilização.
- Determinar os indicadores pertinentes para o Quadro de Indicadores:
 - Os indicadores de performance;
 - Os indicadores de pilotagem;
 - Os indicadores de clarificação;
 - Os indicadores estratégicos;
 - Os indicadores de qualidade.
- Validar os Indicadores de Gestão:
 - O sistema de indicadores;
 - Os indicadores e os seus efeitos perversos;
 - Gerir o conflito pertinência/custo;
 - Os indicadores mais correntes por função.
- Conceber uma rede de Quadros de Indicadores.
- Conseguir a articulação entre Quadros de Indicadores.
- Gerir os Quadros de Indicadores:
 - As etapas da sua implantação;
 - Os factores-chave de sucesso ou de fracasso.

MÓDULO II:

- Avaliação do Desempenho
 - Medida financeira e sistemas de incentivos
 - O desempenho estratégico
 - “Tableaux de bord” e “Balanced Scorecard”

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



EMPRESAS INOVADORAS

Introdução

As empresas precisam de ter uma preocupação contínua com a sua rentabilidade e procurar formas de minimizar os seus custos, mas por outro lado, as empresas actuais vêm encurtar-se progressivamente o tempo de vida dos seus produtos no mercado e enfrentam uma competição cada vez mais intensa a nível mundial. É obrigatório a aumentar a rotatividade de novos produtos, procurando continuamente novas formas de captar clientes antecipando a concorrência. A importância de gerir a inovação é portanto evidente: inovar com novos produtos e novas propostas exige uma elevada eficiência, que permita minimizar os seus custos e aumentar as probabilidades de sucesso. Isto conduzirá frequentemente a necessidades de inovação nos processos e nos métodos de trabalho.

Objectivos gerais:

1. Definir Conhecimento
2. Perceber a importância da inovação e as nuances da Economia do Conhecimento Perceber como a inovação é gerada e difundida e quais as barreiras à sua geração Identificar casos de sucesso a nível nacional e internacional
3. Saber delinear uma estratégia de inovação e perceber a importância desta no sucesso
4. Introduzir os princípios da GC para a melhoria da eficiência e da eficácia organizacional, com vista a promover a competitividade das organizações
5. Apresentar diferentes estratégias que contribuem para a criação e partilha do conhecimento e que levam à inovação
6. Compreender os factores que contribuem para maximizar o valor no negócio.

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Conceitos Fundamentais da Economia de Inovação
- A Organização e a Estratégia de Inovação

MÓDULO II:

- A Organização e a Gestão do Conhecimento para a inovação

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



GESTÃO DA INOVAÇÃO

Introdução

As empresas precisam de ter uma preocupação contínua com a sua rentabilidade e procurar formas de minimizar os seus custos, mas por outro lado, as empresas actuais vêm encurtar-se progressivamente o tempo de vida dos seus produtos no mercado e enfrentam uma competição cada vez mais intensa a nível mundial. É obrigatório a aumentar a rotatividade de novos produtos, procurando continuamente novas formas de captar clientes antecipando a concorrência. A importância de gerir a inovação é portanto evidente: inovar com novos produtos e novas propostas exige uma elevada eficiência, que permita minimizar os seus custos e aumentar as probabilidades de sucesso. Isto conduzirá frequentemente a necessidades de inovação nos processos e nos métodos de trabalho.

Objectivos gerais:

1. Definir Inovação
2. Perceber como a inovação é gerada e difundida e quais as barreiras à sua geração
3. Identificar casos de sucesso a nível nacional e internacional
4. Saber perceber a diferença entre estratégia clássica e estratégia de inovação
5. Saber delinear uma estratégia de inovação e perceber a importância desta no sucesso
6. Distinguir as principais técnicas práticas de gestão e inovação

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Apresentação e verificação dos pré-requisitos.
- Conceitos Fundamentais da Economia de Inovação
- A Gestão e Estratégia de Inovação

MÓDULO II:

- Inovação e Mercado
- Técnicas de Gestão de Inovação

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



GESTÃO PELA LIDERANÇA

Introdução

As empresas precisam de ter uma preocupação contínua com a sua rentabilidade e procurar formas de minimizar os seus custos, mas por outro lado, as empresas actuais vêm encurtar-se progressivamente o tempo de vida dos seus produtos no mercado e enfrentam uma competição cada vez mais intensa a nível mundial. É obrigatório a aumentar a rotatividade de novos produtos, procurando continuamente novas formas de captar clientes antecipando a concorrência. A importância de gerir a inovação é portanto evidente: inovar com novos produtos e novas propostas exige uma elevada eficiência, que permita minimizar os seus custos e aumentar as probabilidades de sucesso. Isto conduzirá frequentemente a necessidades de inovação nos processos e nos métodos de trabalho.

Objectivos gerais:

1. Definir Inovação
2. Perceber a importância da inovação e as nuances da Economia do Conhecimento
3. Perceber como a inovação é gerada e difundida e quais as barreiras à sua geração
4. Saber perceber a diferença entre estratégia clássica e estratégia de inovação
5. Saber delinear uma estratégia de inovação e perceber a importância desta no sucesso
6. Utilizar técnicas de liderança para fomentar a inovação
7. Distinguir as principais técnicas práticas de gestão e inovação

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Conceitos Fundamentais da Economia de Inovação
- A Gestão e Estratégia de Inovação

MÓDULO II:

- Liderança.
- Técnicas de Liderança e de Gestão de Inovação

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



PRINCIPIOS DE AUDITORIA INTERNA

Introdução

A auditoria como avaliação e confirmação de que os procedimentos contabilísticos e do sistema de controlo interno são adequados e seguros e se são mantidos, contribui para assegurar a organização e execução de actividades de uma empresa ou serviço público.

A melhoria constante dos recursos humanos e um serviço de melhor qualidade justifica a necessidade de oferta nesta área, com o objectivo geral de dotar os colaboradores da instituição com um conhecimento que lhes permita melhorar o desempenho

Objectivos gerais:

1. Adquirir conhecimentos dos tipos de auditoria, das características do auditor e o trabalho produzido pelo auditor, papéis de trabalho;
2. Planear o trabalho de auditoria;
3. Execução do controlo interno, procedimentos gerais, e procedimentos nas áreas mais sensíveis;
4. Executar relatórios de auditoria interna

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Técnicas de comunicação
 - Auditoria
 - Ferramentas de gestão
 - Tipos de auditoria de qualidade
 - Fases da auditoria
 - Relação entre auditado e auditor – coordenador da auditoria
- Orientação para auditorias de qualidade
 - Objectivos
 - Princípios e procedimentos
 - Objectivos e procedimentos a respeitar nas áreas mais sensíveis.

MÓDULO II:

- Meios monetários
 - Compras
 - Vendas
 - Existências
 - Imobilizações
 - Remunerações
- Sistemas de qualidade
 - Escolha do modelo e principais requisitos.

MÓDULO III:

- Preparação da realização de uma auditoria real a uma empresa
- Elaboração e discussão do relatório da auditoria e parecer.

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Introdução

A definição de uma estratégia global, plano compreensivo sequencial, assume uma preponderância fundamental para o futuro de todas as organizações. Compreender e antecipar as evoluções mais recentes no contexto empresarial, dotar-se de instrumentos de análise e de métodos para realizar o diagnóstico estratégico da sua organização, aplicar diferentes manobras estratégicas, acelerar as mudanças na empresa por um melhor desdobramento dos seus projectos estratégicos.

Este curso debruça-se sobre as estratégias e táticas mais eficazes nos diferentes tipos de confrontação e de negociação possíveis. Utiliza-se um conjunto coerente de métodos e instrumentos destinados a facilitar a preparação e a condução de negociações importantes, privilegiando os reflexos indispensáveis à conclusão de acordos duradouros e rentáveis.

Objectivos gerais:

1. Entender o que é a estratégia e como pode esta ser operacionalizada e seleccionada;
2. Conhecer as grandes formulações estratégicas;
3. Saber analisar os envolvimentos e relações de força;
4. Analisar e prever o impacto das evoluções do ambiente sobre as actividades da empresa;
5. Controlar as táticas de negociação;
6. Dominar a dimensão financeira do projecto estratégico.

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Conceito de Estratégia.
- A importância do comprometimento com a Estratégia: o papel dos gestores intermédios.
- Pensamento estratégico e Planeamento estratégico.
- Gestão estratégica e Gestão corrente.
- Análise interna e externa: SWOT e as 5 forças de Michael Porter.
- Formulação da Estratégia e Implementação da Estratégia.
- As grandes formulações estratégicas.

MÓDULO II:

- Análise dos envolvimentos e relações de força.
- Analisar e prever o impacto das evoluções do ambiente sobre as actividades da empresa.
- Táticas de negociação
- Dimensão financeira do projecto estratégico:
 - Fusões, Aquisições, Plano de Investimentos;
 - Crescimento orgânico versus aquisições.

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



GESTÃO DO CONHECIMENTO

Introdução

A capacidade das organizações em identificar, capturar e explorar os seus repositórios de conhecimento de forma a criar valor para o negócio é um factor crítico de sucesso para garantir a competitividade das empresas. A Inteligência Competitiva enquanto utilização de técnicas para a recolha, armazenamento, análise e disponibilização de informação que suportam os gestores na tomada de decisão, tem vindo a destacar-se como uma das principais bases para a criação de vantagens de competitividade na economia. A escassez de técnicos habilitados a conduzir estudos e projectos na área da Gestão do Conhecimento e da Inteligência Competitiva, justifica a formação nesta área. De facto, este tipo de competências tem vindo a ser cada vez mais procurado pelas empresas que valorizam a informação e o conhecimento como principal arma competitiva nos mercados.

Objectivos gerais:

1. Definir Gestão do Conhecimento (GC)
2. Perceber a importância do conhecimento e as nuances da Economia do Conhecimento
3. Introduzir os princípios da GC para a melhoria da eficiência e da eficácia organizacional, com vista a promover a competitividade das organizações e discutir os pontos fortes e fracos das várias abordagens àquela
4. Apresentar diferentes estratégias que contribuem para a criação e partilha do conhecimento
5. Compreender os factores que contribuem para maximizar o valor no negócio
6. Identificar os indicadores chave das aplicações analíticas em contexto empresarial
7. Identificar as boas práticas e os erros mais comuns nas iniciativas de Inteligência Competitiva.

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Conceitos Fundamentais:
- Gestão do Conhecimento
- Inteligência Competitiva
- Cultura Organizacional
- Competências
- A Gestão do Conhecimento

MÓDULO II:

- A Inteligência Competitiva (IC)

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



GESTÃO FINANCEIRA DE PROJECTOS DE INVESTIMENTO

Introdução

O processo de investimento é fundamental para o desenvolvimento de todas as organizações económicas. A decisão de investimento é uma das opções estratégicas mais importantes, tanto para a empresa promotora como para todas as entidades envolvidas, nomeadamente sócios / accionistas, banca e outros credores, trabalhadores, etc. Esta acção de formação tem como objectivo principal transmitir um conjunto de instrumentos necessários à concepção, elaboração e análise económica e financeira de projectos de investimento. Para tal, é necessário compreender o valor da análise financeira no apoio à tomada de decisão, diagnóstico e melhoria da performance operacional do negócio, bem como conhecer as ferramentas de análise de projectos de investimento.

Objectivos gerais:

1. Reconhecer a importância da formulação e da avaliação das decisões de investimento;
2. Reconhecer e sistematizar os parâmetros de um projecto de investimento;
3. Proceder à avaliação financeira de um projecto de investimento;
4. Estruturar um dossier de apresentação de um projecto de investimento.

Destinatários

Administrativos, Quadros Médios e Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

MÓDULO I:

- Avaliar a rentabilidade “económica” de um projecto.
- Tipologia dos projectos de investimento e nível de risco.
- Avaliar os parâmetros financeiros do projecto: fluxo de tesouraria de investimento e de exploração, duração, valor residual ou final.
- Compreender o mecanismo da actualização.
- Justificar a taxa de actualização em função do risco.

MÓDULO II:

- Compreender os diferentes critérios e arbitrar entre eles: prazo de recuperação, valor actualizado líquido (VAL), taxa interna de rentabilidade (TIR).
- Projectos de duração indefinida - definir o horizonte da previsão e o valor final.
- Avaliar a rentabilidade financeira:
 - Resumo do plano de financiamento;
 - Distinção entre TIR projecto e TIR global.
- A execução do plano de investimento

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



DESENVOLVIMENTO PESSOAL



GESTÃO DE CONFLITOS

Introdução

Os conflitos são inevitáveis nas organizações e podem mesmo ser alertas prévios para maiores problemas no futuro, no que diz respeito à gestão das organizações. A gestão de conflitos permitirá aumentar os níveis de coesão nas equipas, melhorar a comunicação, motivação e desempenho dos colaboradores; e optimizar processos organizacionais ao longo do tempo.

Objectivos gerais:

1. Identificar os diferentes tipos de conflitos
2. Compreender a dinâmica relacional em situações de conflito
3. Demonstrar competências de comunicação eficaz e assertividade que previnem e solucionam conflitos
4. Demonstrar estratégias eficazes de resolução de conflitos

Destinatários

Chefias intermédias e Quadros Superiores.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Inevitabilidade dos conflitos em contexto profissional

- Origens e riscos da não gestão de conflitos
- Vantagens e aspectos positivos do conflito

Os diferentes tipos e níveis de Conflito

Atitudes mais frequentes na Gestão de Conflitos

- Atitudes que escalam o conflito
- Diagnóstico pessoal do estilo de gestão de conflito

Atitudes facilitadoras da gestão de conflitos:

- Comunicação assertiva e Assertividade
 - Mensagens do “eu” versus mensagens do “tu”
 - Focar o comportamento e não a pessoa
 - Factos concretos versus generalizações
 - Cuidado na escolha nas palavras
 - Escuta activa e gestão de emoções negativas
- Como manter a serenidade e perspectiva
- Colocar-se no lugar do outro
- Procura de consequências ganha-ganha
- Negociação eficaz

Modelo de resolução de conflitos

- Identificação e formulação do problema
- Estabelecer as dimensões do conflito
- Procura e oferta de soluções, consensos ou compromissos
- Escolher uma solução consensual. Confirmar a aderência dos envolvidos
- Elaboração de um plano de acção e avaliação de resultados.

A mediação do conflito entre duas ou mais pessoas

- Características e atitudes do mediador externo
- Estratégias para a mediação externa do conflito

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E DESEMPENHO PROFISSIONAL

Introdução

A formação em inteligência emocional visa aperfeiçoar as capacidades relacionais, de auto domínio, trabalho em equipa, confiança e convivência com o stress, de colaboradores que demonstram já um nível avançado de capacidade de comunicação, assertividade e relacionamento positivo no trabalho de equipa.

Objectivos gerais:

1. Identificar as principais características da inteligência emocional;
2. Incluir as competências da I.E. no desempenho das suas funções; aumentar a capacidade de auto-domínio e auto-eficácia; comunicação; influência; motivação; trabalho em equipa; e resistência ao stress.

Destinatários

Qualquer colaborador que deseje desenvolver e treinar as suas competências de gestão de emoções, capacidade de relacionamento interpessoal, comunicação, auto-domínio, e motivação, no desempenho das suas competências profissionais. Preferencialmente já com frequência de formação em comunicação, assertividade, relacionamento interpessoal e gestão de conflitos.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

- que é a Inteligência Emocional
 - Inteligência emocional e desempenho profissional

As competências base

- Empatia, comunicação, assertividade e relacionamento positivo

○ domínio de si mesmo e auto-eficácia

- Auto motivação.
- Gestão da ansiedade e ultrapassar bloqueios.
- O comportamento emocionalmente inteligente.

Estratégias de gestão das emoções

- ○ que são as emoções.
- Compreender as emoções e a sua importância.
- Modelo ABC de gestão das emoções.

Estratégias de promoção do optimismo

- ○ que é o optimismo e a sua importância
- Treino e desenvolvimento da atitude optimista

Inteligência emocional e desempenho profissional na pratica

- Excelência na comunicação e relacionamento interpessoal.
- Capacidade de persuasão, influência e liderança.
- Promoção de cooperação e ambiente de suporte e positivo.
- Estratégias da Inteligência Emocional.

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



LIDERANÇA DE EQUIPAS

Introdução

Liderança é o processo que permite atingir objectivos definidos através das pessoas/equipa e recursos disponíveis.

Objectivos gerais:

1. Aquisição, treino e reforço das competências comportamentais que asseguram um bom desempenho das funções de Liderança e Gestão de Equipas.
2. Aquisição das técnicas básicas de liderança e gestão de equipas eficazes – adequação do estilo de liderança à situação e membros da equipa.
3. Dominar as técnicas de Motivação, de Desenvolvimento de pessoas e coordenação de trabalho de equipas.

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Princípios básicos de liderança

- O processo de liderança e sua evolução.
- Princípios básicos de liderança de pessoas e equipas.

Motivação e gestão de equipas

- Factores de motivação e desempenho de excelência.
- Técnicas de motivação e gestão de pessoas.
- Gestão de equipas: obstáculos, potencialidades e técnicas de facilitação.

Comportamento e atitudes

- Atitudes e comportamentos do líder eficaz
- Comunicação eficaz na liderança
- Assertividade como alicerce dos grandes líderes
- Confrontação e comunicação de mensagens difíceis

Liderança

- Liderança e estilos de liderança
 - Estilos de Liderança tipo: Directivo/ Participativo/”laisser faire”
- Liderança situacional
 - Os seis papéis indispensáveis do líder flexível e eficaz
- Gerir por objectivos
- Planificação e monitorização do trabalho
- Gestão do trabalho em equipa
- “Tool-Kit” base de técnicas de liderança
 - Reforço positivo e clima de apoio
 - Feedback como ferramenta crucial
 - Delegação
 - Gestão de conflitos
 - Reuniões como espaços privilegiados de liderança participativa
 - Gestão do tempo e agenda em reuniões
 - Gestão e aperfeiçoamento do desempenho dos colaboradores

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



LIDERANÇA E CONDUÇÃO DE REUNIÕES

Introdução

Provavelmente todos nós temos experiências de reuniões que não funcionam: intermináveis, que são pouco eficazes, contraproducentes, que nos cansam, onde nada é decidido e que só nos fazem perderem tempo. Nalguns casos extremos servem mesmo como palco para as pessoas evidenciarem conflitos pessoais e minar o espírito de equipa.

As reuniões têm diversos propósitos e vantagens: comunicação com e entre a equipa, liderança participativa, planificação de trabalho, análise de problemas e tomada de decisão, etc. No entanto, podem também ser em demasia, mal planeadas, mal conduzidas, até mesmo desnecessárias, o que as torna contra produtentes.

Objectivos gerais:

1. Reconhecer o potencial e riscos na condução de reuniões.
2. Identificar quando as reuniões são necessárias e quando outros métodos de trabalho são preferíveis.
3. Adquirir competências de planificação e preparação de reuniões.
4. Adquirir competências de condução e liderança de reuniões.

Destinatários

Líderes de equipas, ou gestores de projectos e equipas temporárias, que utilizam as reuniões de trabalho como processo importante de planificação, organização, desenvolvimento e supervisão do trabalho das equipas e departamentos.

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

- Liderança e condução de reuniões –Introdução, práticas e necessidades
- Vantagens e Riscos das reuniões
- Diferentes reuniões para diferentes objectivos
- O que pode correr mal numa reunião
- É a reunião necessária?
- Preparação da reunião – Agenda, duração e participantes
- Práticas eficazes de liderança e condução de reuniões
- Fases distintas de condução de reuniões: Abertura, desenvolvimento e fecho
- Comunicação eficaz e assertividade na condução da reunião
- A gestão do comportamento dos intervenientes
- Reuniões como espaço de liderança participativa
- Caso particular da reunião de resolução de problemas e tomada de decisão
- Sete fases da reunião de análise de problemas e tomada de decisão
- Promover práticas de trabalho em equipa de qualidade numa reunião

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



MOTIVAÇÃO

Introdução

A motivação das pessoas tem uma relação directa na qualidade dos produtos e serviços das empresas. Na busca pela qualidade, existem factores que motivam as pessoas a comprometerem-se mais com a organização. Estes factores devem ser identificados e conhecidos pela liderança.

Objectivos gerais:

1. Promover o melhor desempenho e prestação de um serviço de qualidade;
2. Influenciar e construir relações interpessoais ao longo da organização;
3. Gerir a mudança e os processos de transição;
4. Alinhar as suas acções e prioridades com a estratégia da empresa;
5. Fazer o “coaching” para conseguir melhores índices de motivação e desempenho

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e Superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Diálogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

A motivação no trabalho:

- Diferentes perspectivas e abordagens.
- Principais variáveis motivacionais interferentes no desempenho individual e colectivo.
- A motivação no trabalho como promotora de um melhor desempenho e prestação de um serviço de qualidade.

Liderança e motivação

- Influência da liderança na satisfação e na produtividade.
- Motivação, participação e eficácia.
- A gestão do desempenho colectivo: os processos de influência e negociação.
- Como e quando efectuar o “reconhecimento social”.

O Coaching

- Como desenvolver as capacidades dos seus colaboradores.
- O processo, as técnicas e a linguagem

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



GESTÃO DO TEMPO E ORGANIZAÇÃO PESSOAL

Introdução

O Tempo é um recurso escasso que, tal como todos os recursos escassos, necessita de ser gerido de forma eficaz.

O Tempo apresenta a particularidade de se esgotar independentemente do uso que dele fazemos, não podemos armazená-lo para o usar posteriormente. Esta particularidade torna essencial a necessidade de todos profissionais possuírem conhecimentos dos instrumentos, métodos e técnicas de forma a gerir o seu tempo de forma eficaz.

Assim, justifica-se a necessidade de oferta nesta área, com o objectivo geral de dotar os colaboradores da instituição com um instrumento prático de gestão do tempo, a fim de aumentar a eficácia do dia a dia de trabalho.

Objectivos gerais:

1. Analisar as características pessoais face à gestão do tempo.
2. Desenvolver as competências pessoais para gerir o tempo de forma eficaz.
3. Saber aplicar as principais técnicas de Organização e Gestão do Tempo.
4. Saber planear o seu trabalho, tendo em conta os critérios de Urgência e Importância.

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e Superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Módulo I:

- Diagnóstico de Necessidades Individuais
- O conceito de tempo e
- Os consumidores de tempo, que fazer com as actividades consumidoras de tempo
- A importância da delegação como forma de “aumentar o tempo” disponível
- A definição de prioridades, através de uma gestão equilibrada entre as actividades urgentes e as actividades importantes
- Como preparar e organizar o dia de trabalho.
- Etapas na preparação e organização do dia de trabalho.

Módulo II:

- O mapa do pensamento como ferramenta de planeamento:
- - Desenhar o mapa de pensamento aplicado à gestão do tempo,
- Construção de um plano individual de melhoria de gestão do tempo.

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt





MARKETING



ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO

Introdução

No âmbito do estudo das dinâmicas operacionais do Marketing, destacam-se as quatro vertentes preço, produto, comunicação e distribuição. A compreensão das dinâmicas e estratégias associadas a cada uma destas variáveis individualmente é fundamental para a compreensão da estratégia global de marketing de uma determinada organização.

Objectivos gerais:

1. Enquadrar as estratégias de distribuição no âmbito do Marketing Mix;
2. Compreender e identificar as estratégias de distribuição e quais as suas dimensões e perspectivas, através da identificação de casos de sucesso.

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e Superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Módulo I:

- O Marketing Mix – conceito e 4 Ps
- A distribuição como elemento central do mix
- As funções da distribuição
- Os canais de distribuição – estruturas e funções

Módulo II:

- A remuneração da distribuição
- As tendências da distribuição
- A Internet e as tecnologias móveis – revolução na distribuição

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



ESTRATÉGIAS DE PREÇO

Introdução

No cômputo do estudo das dinâmicas operacionais do Marketing, destacam-se as quatro vertentes: **preço, produto, comunicação e distribuição**. A compreensão das dinâmicas e estratégias associadas a cada uma destas variáveis individualmente é fundamental para a compreensão da estratégia global de marketing de uma determinada organização.

Objectivos gerais:

1. Definição das estratégias de Preço
2. A estrutura da política de Preços (descontos, rappel, etc.)
3. Percepção de Valor pelo cliente vs Preço (o que é caro é sempre bom?)

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e Superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Módulo I:

- O Marketing Mix – conceito e 4 Ps
- A estratégia de preços
- Limitações na definição do preço
- Factores e objectivos na definição de uma política de preço

Módulo II:

- Principais métodos de pricing (custos e procura)
- Decisões e variações de preço
- Descontos e promoções

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



MARKETING PARA NÃO MARKETEERS

Introdução

No contexto empresarial actual, as decisões de gestão das empresas abrangem e afectam um conjunto alargado de dimensões, entre as quais está a gestão do Marketing da própria organização. Nessa medida, identifica-se a necessidade de dotar os quadros das organizações de conhecimentos na área do Marketing, sensibilizando-os para as várias dimensões e vertentes do mesmo.

Objectivos gerais:

1. Identificar o papel do Marketing nas organizações
2. Percepcionar a filosofia do Marketing e a criação de valor através do marketing;
3. Descrever os parâmetros inerentes à realização de um plano de marketing;
4. Descrever os elementos do Marketing-mix;
5. Aplicar os conceitos fundamentais do marketing: segmentação, posicionamento, marca;
6. Identificar os diferentes domínios e áreas do Marketing (marketing de serviços, marketing relacional, marketing de experiências, etc).
7. Identificar as tendências globais do marketing no sec XXI, incluindo os desafios inerentes ao mundo digital.

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e Superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Definição de Marketing

- A criação de valor através do Marketing
- Dimensões do Marketing
- Orientação para o cliente
- Análise do mercado e dos stakeholders (concorrentes e clientes). Comportamento dos consumidores
- A importância dos estudos de mercado

Marketing Estratégico:

- Segmentação e Posicionamento (identificação e diferenciação)
- A marca
- Marketing Operacional - Marketing Mix (os 4 Ps e os 4Cs):
 - Política de Produto
 - Política de Pricing
 - Política de Distribuição
 - Política de Comunicação

Definição da estratégia e do plano de marketing

- O controlo de marketing
- O Marketing de Serviços
- O Marketing público e social
- Novas tendências do Marketing:
 - O marketing na internet
 - O marketing relacional

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



FINANÇAS E CONTABILIDADE



ANÁLISE FINANCEIRA - nível I

Introdução

O desempenho de cargos de gestão, em Portugal tal como em muitos outros países, é amiúde confiado a quadros que obtiveram formação específica noutras áreas de conhecimento que não a Gestão em geral, nem a Gestão Financeira em particular.

Esta realidade traduz-se na necessidade de todos esses profissionais possuírem conhecimentos dos instrumentos, métodos e técnicas utilizadas na análise económico-financeira da instituição.

Assim, justifica-se a necessidade de oferta nesta área, com o objectivo geral de dotar os colaboradores da instituição com um instrumento prático de análise sobre a situação económica e financeira, afim de permitir um mais qualificado processo de tomada de decisão.

Objectivos gerais:

1. Descrever o papel da área financeira na empresa;
2. Realizar uma leitura financeira das peças contabilísticas;
3. Ilustrar a relação entre risco e rentabilidade, utilizando as ferramentas necessárias à análise do risco financeiro;
4. Aplicar uma abordagem rigorosa de diagnóstico financeiro;
5. Realçar o papel que o financiamento e o investimento desempenham na valorização das empresas, fornecendo as técnicas auxiliares da tomada de decisão que o gestor financeiro actual deve conhecer;
6. Explicar a avaliação de empresas, de acordo com os mais recentes avanços teóricos neste domínio.

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e Superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Módulo I

- A gestão financeira da empresa.
- Consequências da liberalização dos mercados financeiros.
- A informação financeira e a informação para a gestão.
- As principais demonstrações económico-financeiras:
 - Balanço;
 - Demonstração de Resultados.
- Indicadores e rácios
- Análise dos fluxos monetários
- Análise financeira e valor
- O Break-even point e as suas aplicações.

Módulo II:

- A Relação entre risco e rentabilidade.
- Risco, retorno e custo de oportunidade do capital.
- O risco e a análise financeira.
- Técnicas para análise de risco.
- Análise dinâmica dos fluxos de tesouraria
- Os fluxos de caixa

Módulo III:

- Estrutura de Financiamento
- Decisões de financiamento e de investimento.
- O Valor Actual Líquido (VAL) e a Taxa Interna de Rentabilidade (TIR).
- Análise de sensibilidade.
- Alternativas de financiamento.
- A política de dividendos.

Módulo IV:

- Avaliações de Empresas.
- Abordagens e técnicas de avaliação de empresas.
- A relação entre decisões de gestão e o valor das empresas.
- Estratégia e criação de valor.
- A gestão previsional.
- O Goodwill e a importância da avaliação de intangíveis

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



ANÁLISE FINANCEIRA - nível II

Introdução

O processo de investimento é fundamental para o desenvolvimento de todas as organizações económicas. A decisão de investimento é uma das opções estratégicas mais importantes, tanto para a empresa promotora como para todas as entidades envolvidas, nomeadamente sócios / accionistas, banca e outros credores, trabalhadores, etc.

Esta acção de formação tem como objectivo principal transmitir um conjunto de instrumentos necessários à concepção, elaboração e análise económica e financeira de projectos de investimento.

Para tal, é necessário compreender o valor da análise financeira no apoio à tomada de decisão, diagnóstico e melhoria da performance operacional do negócio, bem como conhecer as ferramentas de análise de projectos de investimento.

Objectivos gerais:

1. Reconhecer a importância da formulação e da avaliação das decisões de investimento;
2. Reconhecer e sistematizar os parâmetros de um projecto de investimento;
3. Proceder à avaliação financeira de um projecto de investimento;
4. Estruturar um dossier de apresentação de um projecto de investimento;
5. Entender as várias dimensões de um Business Plan e as suas articulações;
6. Estruturar um plano de negócios nas suas componentes essenciais;
7. Adquirir as competências financeiras suficientes para orientar uma actividade ou área de negócio

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e Superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Módulo I

- Construir previsões de actividade realistas:
 - Os estudos de mercado que permitem avaliar a dimensão do mercado;
 - As abordagens de marketing para avaliar o nível de actividade, partir do mercado, da empresa ou da exigência de rentabilidade.
- Avaliar a rentabilidade “económica” de um projecto.
- Tipologia dos projectos de investimento e nível de risco.
- Avaliar os parâmetros financeiros do projecto: fluxo de tesouraria de investimento e de exploração, duração, valor residual ou final.
- Compreender o mecanismo da actualização.
- Justificar a taxa de actualização em função do risco

Módulo II:

- A actividade/negócio e a sua tesouraria.
- A performance económica e financeira.

Módulo III:

- A estrutura do Business Plan.
- A análise do meio envolvente
- A caracterização da situação da organização
- As opções estratégicas:
 - A estratégia comercial;
 - A gestão e controlo do negócio.
- As projecções financeiras

Módulo IV:

- Compreender os diferentes critérios e arbitrar entre eles: prazo de recuperação, Valor Actualizado Líquido (VAL), taxa interna de rentabilidade (TIR).
- Projectos de duração indefinida - definir o horizonte da previsão e o valor final.
- Avaliar a rentabilidade financeira:
 - Resumo do plano de financiamento;
 - Distinção entre TIR

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt



PRINCIPIOS DE CONTABILIDADE

Introdução

A particular linguagem financeira é com frequência um obstáculo para muitos que não tiveram a oportunidade de uma formação específica de base. Desmistificar essa linguagem e mostrar realidades simples e intuitivas é, deste modo, um importante objectivo do Curso de Técnico de Contabilidade.

Este curso procurará, de uma forma simples, dotar os participantes de competências que lhes permitam compreender os Relatórios Contabilísticos

Objectivos gerais:

1. Organizar e classificar os documentos contabilísticos da empresa;
2. Compreender os registos das operações contabilísticas, ordenando os movimentos pelas respectivas contas de acordo com a natureza do documento, utilizando aplicações informáticas, bem como documentos e livros auxiliares e obrigatórios;
3. Contabilizar as operações da empresa ou serviço público registando os documentos;
4. Organizar e executar tarefas administrativas de apoio à actividade da empresa;
5. Executar tarefas administrativas de apoio à gestão de recursos humanos
6. Recolher dados necessários à elaboração, pela gestão, de relatórios periódicos da situação económico-financeira da empresa ou serviço público, bem como orçamentos, planos de acção, inventário e relatórios, organizar e arquivar todos os documentos relativos à actividade contabilística.

Destinatários

Administrativos, Quadro médios e Superiores

Metodologias

Casos práticos, estudos de casos e debate com reflexão na aplicação das conclusões para os seus casos reais.

Simulações e treino comportamental da gestão de conflitos, de forma a consolidar aprendizagens e facilitar as transferências dos novos comportamentos e atitudes para a situação real.

Dinâmicas de grupo, numa perspectiva vivencial, que permitem aos formandos “sentir” e “ver” a pertinência dos conteúdos programáticos chave.

Dialogo socrático e auto descoberta dos conteúdos pelos formandos, garantindo memorização e co-construção dos conteúdos chave.

Conteúdo Programático

Módulo I

- Noções de contabilidade empresarial
- A contabilidade
- O património
- O balanço
- Os resultados
- Custos por natureza e por funções
- Demonstrações de resultados por natureza e por funções
- As regras de movimentação das contas
- Os balancetes

Módulo II:

- Análise da situação financeira e económica da empresa
- Activo imobilizado e circulante, passivo a curto e a médio e longo prazo
- O capital próprio
- O fundo maneio
- O grau de cobertura do imobilizado
- Os rácios de liquidez
- Prazo médio de recebimento e de pagamento
- A rentabilidade do capital social e do capital próprio, das vendas, bruta e líquida, rotação de stocks
- Demonstração dos fluxos de caixa

Módulo III:

- Orçamento empresarial
- A estratégia, os planos de médio/longo prazo e de curto prazo
- Os programas operacionais de vendas, da produção, de aprovisionamento, de investimento
- Os orçamentos de vendas de compras, de consumos, de custos de produção, de tesouraria, e financeiro, o balanço e demonstrações de resultados previsionais.
- Fiscalidade e contabilidade, IRS, IRC, IVA, Impostos sobre o património IMI, IMT.

Disponibilização gratuita do portal e-learning MoonTA para consulta dos conteúdos do curso

Para saber mais contacte-nos: formacao@polivalor.pt





Direcção de Formação

Técnico responsável:

Irina Alpalhão

ialpalhao@polivalor.pt

Sede:

Rua Prof. Doutor Jorge Mineiro, ° 18B

2730-146 - Queluz de Baixo

Telef: 214 359 495



www.polivalor.pt

