

## Gestão Estratégica de Preços na Área de Telecomunicações

### Objetivos Gerais

É crucial para o sucesso de qualquer empresa um modelo assertivo de preços. Geralmente, os gestores procuram simplesmente formas de fixação de preços, baseadas em custos.

No entanto, a formação estratégica de preços na área de telecomunicações deve ser trabalhada de modo a aproveitar: conceitos mercadológicos, integrar metas e objetivos organizacionais, permitir a melhor gestão de portfólio de produtos, administrar a carteira de clientes e a manutenção da continuidade dos negócios.

O objetivo geral deste Curso é desenvolver nos participantes as competências necessárias para a gestão estratégica de preços nas empresas.

### Objetivos Específicos

No final do Curso os formandos ficarão aptos a:

- Reconhecer a formação de preços praticada no cenário atual;
- Identificar os problemas da formação de preços baseada em custos;
- Definir as estratégias de precificação da empresa;
- Compreender as variáveis inerentes à formação de preço;
- Identificar os fatores numéricos inerentes à formação de preço;
- Obter uma visão geral da gestão estratégica de resultado decisão operacional.

### Destinatários

O Curso é destinado a colaboradores de empresas de telecomunicações ou prestadoras de serviços de telecomunicações.

### Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

### Carga Horária

30 Horas

## Conteúdo Programático

### Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

### Módulo I - Formação de Preços Praticada no Cenário Atual

- Atual formação de preços praticada;
- Problemas da Formação de Preços baseada em Custos.

### Módulo II – Estratégias de Precificação

### Módulo III – Conhecimento das Variáveis Inerentes à Formação de Preço

- Estratégias de Precificação segundo:
  - Michael Porter;
  - Philip Kotler;
  - Peter Drucker;
  - Hax & Wilde;
  - Ansnoff.

### Módulo IV – Fatores Numéricos – Custos

- Definição das variáveis envolvidas (Custos Fixos, Despesas Fixas, Custos Fixos Identificados e Custos e Despesas Variáveis - % e unit.);
- Decisões de Ponto de Equilíbrio;
- Decisões de Gerenciamento de Capacidade;
- Decisões de Gerenciamento de Produtos e Clientes.

### Módulo V – Preços – Modelo Final

- Baseada em Custos;
- Formação de Preços a prazo;
- Modelo Final.

### Módulo VI – Visão Geral da Gestão Estratégica de Resultado Decisão Operacional

- Atual Formação de Preços Praticada;
- Problemas da Formação de Preços Baseada em Custos;
- Estratégias de Precificação.
  - Conhecimento das variáveis inerentes à Formação de Preço;
  - Estratégias de Precificação.

### Módulo VII – Modelos Finais

- Baseada em Custos;
- Formação de Preços a Prazo;
- Modelo Final de Preço;
- Curva ABC dos Produtos;
- Matriz BCG.

### Módulo VIII – Decisão de Financiamento

#### Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.