

## FORMAÇÃO CERTIFICADA EM GESTÃO DE EMPRESAS DE MEDIA

### CONTEXTO

Na sequência do Iº Encontro Nacional de Gestores de Media da Guiné-Bissau, realizado em Bissau, nos dias 6 e 7 de agosto de 2018, que agregou 34 participantes, entre Diretores-gerais, gestores e responsáveis do departamento comercial de diferentes órgãos da comunicação social nacional, rádios, televisão e jornais, o **Escrítorio Integrado das Nações Unidas para a Consolidação da Paz na Guiné-Bissau (UNIOGBIS)** promove uma formação certificada em gestão de empresas de media.

- ✓ **Público alvo:** gestores de empresas de media (TV, Rádio, Imprensa escrita e digital)
- ✓ **Gratuito**
- ✓ **20 participantes** selecionados
- ✓ **Duração:** 120 horas, ao longo de 2 a 3 meses
- ✓ **Frequência:** sessões de 3 horas, 2 a 3 vezes p/semana
- ✓ **Módulos de formação:** Empreendedorismo e inovação, Desenho de projeto de negócios, Estratégias competitivas, Finanças, marketing, vendas, gestão de recursos humanos, Parcerias estratégicas e criação de redes, Gestão de operações e serviços
- ✓ **Os melhores projetos desenvolvidos durante a formação irão beneficiar de uma bolsa e de um acompanhamento profissional**

Essa formação ocorre no âmbito do projeto do apoio aos média financiado pelo Fundo das Nações Unidas para a Consolidação da Paz através do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). A formação é facilitada pela ONG italiana ENGIM, reconhecida pelo Estado da Guiné-Bissau e o centro de formação CIFAP. Em 2012 a ENGIM e o CIFAP iniciaram uma experiência de acompanhamento de empreendedores guineenses. A ideia da incubadora nasceu devido à forte necessidade de gerar oportunidades de emprego para os jovens, promovendo as ideias de negócios suscetíveis de criar rendimentos. Até hoje, um total de 43 micro e pequenas empresas guineenses foram apoiadas, formando assim uma profícua rede de contatos que facilita as possibilidades de expansão no mercado.

## **ENQUADRAMENTO**

---

Esta formação tem como objetivos:

1. Proporcionar uma reflexão entre os gestores e proprietários de empresas de media sobre as dificuldades económicas e procurar soluções para a sustentabilidade das empresas, tendo em vista a independência do sector;
2. Procurar sinergias e estimular parcerias, associativismo entre as empresas do sector;
3. Fornecer algumas ferramentas de gestão para que os gestores de média possam começar a procurar soluções para os seus problemas do dia a dia;
4. Recolher contributos e recomendações dos empresários do sector para o desenho de uma política de financiamento do sector dos media;
5. Desenvolver projetos empresariais viáveis

Esta formação permitirá aos formandos entenderem a importância do empreendedorismo e inovação, no processo de gestão dos negócios sustentáveis, aprender a diagnosticar as principais oportunidades, ameaças, forças e fraquezas das suas organizações; perceber a importância do marketing na abordagem dos seus mercados, utilizando ferramentas e estratégias apropriadas; compreender a utilidade de definição do processo das operações; conhecerem as principais ferramentas financeiras no apoio à tomada de decisão; discutir sobre o tipo de liderança no contexto das organizações modernas; definir um modelo de controlo de gestão estratégica.

## **OBJETIVOS**

---

### **Objetivos gerais:**

- ✓ Adquirir uma visão geral sobre empreendedorismo, com foco no sector dos media;
- ✓ Reforçar as competências no domínio da inovação como forma de diversificação das fontes de receitas;
- ✓ Compreender a dimensão das estratégias competitivas, no processo de análise dos factores de constrangimento organizacional e as suas oportunidades;
- ✓ Definir o quadro funcional para a gestão sustentável das empresas;
- ✓ Destacar a importância da rede no fortalecimento das organizações;

### **Objetivos específicos:**

- ✓ Entender o perfil do empreendedor;
- ✓ Conhecer as principais práticas comuns de jornalistas empreendedores de sucesso;
- ✓ Refletir sobre a inovação no contexto das empresas de media nacionais;
- ✓ Identificar as principais componentes de um modelo de negócios;
- ✓ Aplicar metodologias CANVAS para desenhar um modelo de negócio;

- ✓ Diagnosticar as principais forças competitivas da organização;
- ✓ Refletir sobre finanças pessoal, familiar e empresarial;
- ✓ Compreender a vantagem de lucratividade;
- ✓ Conhecer fluxo de caixa, demonstrativo de resultados, balanço patrimonial e plano de investimento;
- ✓ Aprender a definir métricas importantes para crescimento do seu negócio;
- ✓ Compreender a importância do plano de marketing;
- ✓ Entender a funcionalidade da estratégia dos 4Ps;
- ✓ Analisar como formar e liderar uma boa equipa;
- ✓ Aprender as técnicas de gestão das operações;
- ✓ Elaborar ferramentas estratégicas de controle a gestão;
- ✓ Analisar a importância da rede na consolidação das organizações;

## CRONOGRAMA FORMATIVO

---

O curso será composto por 120 horas de formação, distribuídas por 30 sessões formativas, com a frequência de duas a três sessões por semana durante 2 a 3 meses. A formação terá início no primeiro trimestre de 2019. Os candidatos ao curso poderão indicar a suas preferências de horários nas fichas de inscrição. A equipa organizadora poderá assim, fazer horários que se adequem melhor à disponibilidade dos participantes.

## CONTEÚDOS

---

No quadro abaixo encontram-se resumidos os conteúdos e objetivos de cada uma das 30 sessões formativas:

N.º da Sessão	Data/Hora	Temas	Objetivos
Sessão 1	A definir	Apresentação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentar o programa formativo e aferir o grau de alinhamento das expectativas dos formandos.</li> </ul>
		Empreendedorismo e inovação?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Refletir sobre o conceito de empreendedorismo e inovação como atitude profissional.</li> <li>• Distinguir empreendedor do empresário, do comerciante etc.</li> <li>• Debater o empreendedorismo na Guiné-Bissau.</li> </ul>
Sessão 2	A definir	Empreendedorismo e inovação?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar as práticas comuns aos jornalistas de sucesso.</li> <li>• Apresentar a forma inovar.</li> <li>• Distinguir diferentes tipos de inovação.</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentar o funil de inovação.</li> <li>• Debater inovação no contexto das empresas de media.</li> </ul>
Sessão 4	A definir	Estratégia competitiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentar diferentes estruturas do modelo organizacional.</li> <li>• Aplicar a ferramenta para elaboração do modelo organizacional a entidades participantes na formação.</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debater o conceito da estratégia, e estratégia competitiva.</li> <li>• Identificar tipos de estratégia competitiva.</li> </ul>
Sessão 5	A definir		

Sessão 6	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rever as 5 forças competitivas.</li> <li>• Aplicar o modelo de análise das forças competitivas.</li> </ul>
Sessão 7	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discutir o resultado do análise SWOT do setor da media – Encontro Gestores Media.</li> <li>• Aplicar o modelo SWOT – a entidades participantes na formação.</li> </ul>
Sessão 8	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar quadro de metas estratégico.</li> <li>• Definir principais estratégias para alcançar as metas traçadas .</li> </ul>
Sessão 9	A definir	Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debater a importância de marketing para gestão de negócios.</li> <li>• Apresentar a técnica para determinar o mercado e concorrência.</li> </ul>
Sessão 10	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debater a importância de comunicar o valor para o cliente, e aprender a definir o segmento do cliente.</li> </ul>
Sessão 11	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar o conceito dos 4Ps (Produto/serviço, preço, praça e promoção).</li> </ul>
Sessão 12			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar o conceito dos 4Ps (Produto/serviço, preço, praça e promoção).</li> </ul>
Sessão 13	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar metodologia para elaborar estratégia de marketing.</li> </ul>
Sessão 14	A definir	Finanças empresariais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debater a diferença entre o património pessoal, familiar e empresarial.</li> <li>• Diagnosticar o processo de gestão financeira de cada organização participante na formação.</li> </ul>
Sessão 15	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discutir a importância do fluxo de caixa.</li> <li>• Aplicar a técnica para elaborar o fluxo de caixa.</li> </ul>
Sessão 16	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abordar a utilidade do DRE, e estruturar informações para avaliação de rendimentos e gastos.</li> <li>• Apresentar diferentes modelos de DRE.</li> <li>• Aplicar ferramenta de DRE.</li> </ul>
Sessão 17	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise de estrutura de custo e fontes de receitas.</li> </ul>
Sessão 18	A definir	Liderança e gestão das pessoas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debater tipos de liderança.</li> <li>• Aplicar questionário sobre o tipo de liderança.</li> </ul>
Sessão 19	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisar a utilidade da pesquisa de clima como forma de agregar pessoas.</li> <li>• Aplicar a pesquisa de clima.</li> </ul>
Sessão 20	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discutir a importância de uma equipe ideal.</li> <li>• Apresentar tópicos em gestão de pessoas.</li> </ul>
Sessão 21	A definir	Gestão de operações e serviços	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discutir sobre os principais processos para uma organização.</li> <li>• Desenhar os processos da organização.</li> <li>• Apresentar técnicas para melhoria dos processos.</li> </ul>
Sessão 22	A definir	Parcerias estratégicas / networking	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discutir a importância das parcerias estratégicas.</li> <li>• Papel do networking e as suas práticas nas organizações.</li> <li>• Exercícios sobre parcerias importantes.</li> </ul>

Sessão 23	A definir	Métricas chaves	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debater sobre a importância das métricas chaves para o desenvolvimento das organizações.</li> <li>• Aplicar mapa de medida de desempenho das organizações</li> </ul>
Sessão 24	A definir	Concepção e elaboração de um modelo de negócio, sumário executivo e plano de investimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresentar e discutir a importância do modelo de negócio.</li> </ul>
Sessão 25	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar ferramenta do modelo Business Model Canvas (BMC).</li> </ul>
Sessão 26	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar ferramenta do modelo Business Model Canvas (BMC).</li> </ul>
Sessão 27	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar ferramenta do modelo Business Model Canvas (BMC).</li> </ul>
Sessão 28	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar sumário executivo - PI</li> </ul>
Sessão 29	A definir		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar sumário executivo - PI</li> </ul>
Sessão 30	A definir	Avaliação do curso e encerramento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avaliação do curso.</li> <li>• Entrega de certificados.</li> </ul>

## METODOLOGIA

---

Combinando a teoria e prática, nomeadamente através das apresentações de materiais teóricos e exemplos de experiências locais, regionais e internacionais. Também combinaremos exercícios práticos:

- ✓ Palestras para apresentação dos principais conceitos e exemplos de referência
- ✓ Leitura e comentário de textos e documentos legais selecionados
- ✓ Trabalho prático em pequenos grupos sobre os conteúdos
- ✓ Identificação de desafios e problemas
- ✓ Reflexão conjunta sobre estratégias competitivas
- ✓ Análise de estudo de casos e exemplos
- ✓ Construção de planos de negócios

## FORMADORES

---

**Euclides Pinto Gomes**, Supervisor da Incubadora de empresas da ENGIM - Organização Não Governamental para o Desenvolvimento (ONGD) italiana, que atua na área da Cooperação para o Desenvolvimento tendo como setores prioritários a formação profissional e a incubação de empresas; Consultor empresarial a mais de 10 anos; Professor Universitário nas disciplinas de Planejamento estratégico de RH, Estratégia empresarial, Políticas económicas, e Gestão de desempenho e potencial; Formador de empreendedorismo com mais de 450 horas aula.

**Lelito Paulo Quade**, Tutor de pequenas empresas na Incubadora de empresas da ENGIM - Organização Não Governamental para o Desenvolvimento (ONGD) italiana, Gestor, com foco no planeamento estratégico, seguimento e avaliação de programas; Formador de empreendedorismo.