

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 Escritório 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"> • Apresentar o programa formativo e aferir o grau de alinhamento das expectativas dos formandos.
		Empreendedorismo e inovação?	<ul style="list-style-type: none"> • Refletir sobre o conceito de empreendedorismo e inovação como atitude profissional. • Distinguir empreendedor do empresário, do comerciante etc. • Debater o empreendedorismo na Guiné-Bissau.
Sessão 2	A definir	Empreendedorismo e inovação?	<ul style="list-style-type: none"> • Informar as práticas comuns aos jornalistas de sucesso. • Apresentar a forma inovar. • Distinguir diferentes tipos de inovação.
Sessão 3	A definir		<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar o funil de inovação. • Debater inovação no contexto das empresas de media.
Sessão 4	A definir	Estratégia competitiva	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentar diferentes estruturas do modelo organizacional. • Aplicar a ferramenta para elaboração do modelo organizacional a entidades participantes na formação.
Sessão 5	A definir		<ul style="list-style-type: none"> • Debater o conceito da estratégia, e estratégia competitiva. • Identificar tipos de estratégia competitiva.

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

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

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 seleccionados
- ✓ 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 Planeamento 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.