

Estrutura e Implementação de Pricing e Gestão Financeira

Objetivos Gerais:

A formação dos preços não é apenas um processo de acumular custos e acrescentar uma margem de lucro.

Em tempos de instabilidade económica, promover alterações segmentadas de preço em momentos estratégicos pode ser a chave fundamental para que a empresa alcance os resultados que precisa.

Este curso irá capacitar os formandos na análise de Custos e na Formação de Preço de Venda com uma visão de gestão e objetiva da análise de rentabilidade de produtos e serviços, apoiando as tomadas de decisões estratégicas para competitividade dos negócios.

É preciso perceber o mercado em que se está inserido, o comportamento da concorrência, o valor percebido pelo potencial consumidor e, o mais importante, entender como o negócio deve-se posicionar perante esses fatores.

Aplicando ferramentas de análise de mercado e análises estatísticas para identificar oportunidades e estabelecer o preço ideal para alcançar o melhor desempenho possível, de acordo com a estratégia estabelecida para o negócio.

Objetivos Específicos:

No final do curso os formandos ficarão aptos a:

- A realizar uma análise crítica das variáveis que implicam as decisões de preços, custos e resultados;
- Entender a dinâmica do processo de cálculo de preços;
- Estruturar estratégias alternativas do negócio.

Destinatários:

Este curso é dirigido a todos os profissionais tais como quadros médios ou superiores de empresas ou de organizações, que pretendam adquirir conhecimentos em técnicas em gestão de preços.

Carga Horária:

21 horas

Conteúdo Programático:

Módulo I – As Variáveis que formam o Preço de Venda

- Conceito de Preço de Venda;
- Custo do Produto vendido;
- Despesas variáveis que incidem sobre o preço de venda;
- Índice de Margem de Contribuição.

Módulo II – Transferências entre centros de responsabilidade e preços de cedência interno

- Preços de cedência e avaliação das performances;
- Os métodos de fixação de preços de cedência baseados nos custos;
- Eliminação dos custos reais como preços de cedência;
- Os métodos de fixação de preços de cedência baseado nos preços de mercado;
- A abordagem combinada entre os custos e o mercado.

Módulo III – As Inter-Relações do Pricer com a função da Empresa

- Contabilidade de Custos;
- A Contabilidade Fiscal;
- Marketing e Vendas;
- Exercícios práticos.

Módulo IV - As Origens e Aplicações de Fundo

- Ativo Corrente / Passivo Corrente;
- O Fundo de Maneio;
- As Necessidades de Fundo de Maneio;
- A Tesouraria Líquida;
- O Financiamento.

Módulo V - Utilizar os Instrumentos de Controlo de Tesouraria

- A utilização dos mapas contabilísticos;
- Os mapas de idade de saldos;
- O quadro de “posição de tesouraria”;
- As previsões das origens e das aplicações de tesouraria - o mapa financeiro;
- O orçamento anual e a análise dos desvios.

Módulo VI – Visita de Estudo