

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.

Carga Horária

30 Horas

Conteúdo Programático

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 envolventes (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