

FORMAÇÃO EM GESTÃO DE ASSOCIAÇÕES

2014

Programa de Formação

Índice

FINALIDADE	3
OBJETIVO GERAL	3
ESTRUTURA	3
METODOLOGIAS	3
PROGRAMA DE FORMAÇÃO	4
Módulo 1. Missão, estratégia e ação	4
Módulo 2. Produtos, serviços e sustentabilidade financeira	5
Módulo 3. Criatividade e Inovação	5
Módulo 4. Gestão do Conhecimento e envolvimento da comunidade	6
Módulo 5. Liderança e Gestão das Pessoas	6
Módulo 6. Comunicação e Marketing	7
ORGANIZAÇÃO	8
CALENDARIZAÇÃO DA AÇÃO DE FORMAÇÃO	9
OUTUBRO 2014	9
NOVEMBRO 2014	10
BIBLIOGRAFIA GERAL	11

FORMAÇÃO EM GESTÃO DE ASSOCIAÇÕES

FINALIDADE

A ação tem como finalidade o desenvolvimento de competências de gestão de associações.

ENQUADRAMENTO

A Academia de PME, em articulação com o Centro para o Desenvolvimento e Inovação Tecnológicos (CEDINTEC), desenvolve uma nova ação em Gestão de Associações, na sequência dos bons resultados obtidos nas duas edições anteriores. A experiência obtida permitiu uma reformulação da abordagem formativa, orientando-a para o desenvolvimento de competências de gestão das próprias associações, designadamente para a necessidade de inovar nos respetivos modelos e negócio sustentáveis.

3

OBJETIVO GERAL

Dotar os gestores e os técnicos de associações com os conhecimentos e as competências de gestão, que lhes permitam desenvolver novos modelos de negócio que assegurem a sustentabilidade das associações e maximizem a qualidade da sua carteira de serviços.

ESTRUTURA

O programa de formação é composto por seis módulos, com a duração total de 84 horas presenciais, distribuídas em módulos de 2 dias (14 horas).

METODOLOGIAS

Aplicam-se preferencialmente métodos ativos, de acordo com os objetivos pedagógicos a atingir e o correspondente conteúdo programático.

No que respeita à metodologia avaliativa, esta contempla duas dimensões: avaliação formativa e avaliação sumativa. A avaliação formativa é realizada no decurso do processo de formação-aprendizagem, pelo formador de cada módulo, com base em exercícios e atividades individuais ou em grupo. A avaliação sumativa, com o objetivo de aferir o grau de aprendizagens, será realizada no final da ação, através da apresentação de um projeto final.

A avaliação final dos formandos resulta da seguinte fórmula:

A avaliação formativa de cada um dos seis módulos (70%) + Projeto final (30%) = 100%

No final do curso os formandos terão uma nota quantitativa (de 1 a 20) e qualitativa (Insuficiente; Suficiente; Bom; Muito Bom; Excelente) e será emitido certificado de formação.

VALOR DA INSCRIÇÃO

O valor da inscrição é de 300,00 €.

PROGRAMA DE FORMAÇÃO

A estrutura do curso é constituída por um conjunto de áreas interrelacionadas. A visão integrada dessas áreas reflete a imagem de uma associação com um modelo governação participativo, baseado na inovação, orientado para o cliente e sustentável.

1. Missão e Estratégia
2. Carteira de Produtos e Serviços e Sustentabilidade
3. Criatividade e Inovação
4. Gestão do Conhecimento e Envolvimento da Comunidade
5. Liderança e Gestão de Pessoas
6. Comunicação e *Marketing*

Conteúdos programáticos

MÓDULO 1. MISSÃO, ESTRATÉGIA E AÇÃO

Finalidade: Pensar a missão e a estratégia a seguir pela associação e criar condições de sucesso para a sua concretização.

Pretende-se com este módulo que os formandos reflitam criticamente sobre a missão da sua associação, no sentido do seu aperfeiçoamento.

É também objetivo que os formandos sejam capazes de planear estrategicamente a sua atividade através de uma abordagem sistemática que considere o “negócio” da associação como um todo, em articulação com a sua envolvente. Este plano estratégico deverá ser suportado na análise do contexto, na definição de objetivos, na realização de planos operacionais e no controlo e avaliação dos resultados.

Para facilitar a implementação da estratégia trabalhar-se-ão questões práticas relacionadas com a gestão de projetos e atitudes de sucesso.

Nº	TEMA	CONTEÚDOS
1.1	MISSÃO	<ul style="list-style-type: none"> ● Importância e impacto da missão na envolvente ● Análise crítica de declarações de missão ● Elaboração da missão de uma associação ● Articulação entre missão e objetivos organizacionais
1.2	ESTRATÉGIA	<ul style="list-style-type: none"> ● Uma visão de futuro ● Análise do contexto (SWOT) ● Definição de objetivos ● Conceção de um plano estratégico ● Razões de insucessos dos planos estratégicos
1.3	GESTÃO DE PROJETOS	<ul style="list-style-type: none"> ● O gestor de projeto ● As etapas de gestão de projetos
1.4	ORIENTAÇÃO PARA O SUCESSO	<ul style="list-style-type: none"> ● Atitudes e resultados ● Etapas de mudança e técnicas concretas

MÓDULO 2. PRODUTOS, SERVIÇOS E SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA

Finalidade: Refletir sobre os produtos e serviços da associação, em articulação com as necessidades dos seus associados, tendo sempre presente a sustentabilidade financeira da entidade.

Partindo da análise crítica dos produtos e serviços existentes, pretende-se preparar os formandos para a construção de uma carteira de produtos e serviços com valor para os seus associados e financeiramente sustentável.

Visando ainda a sustentabilidade, é também objetivo deste módulo dotar os formandos de instrumentos e conhecimentos que lhes permitam orientar-se nos fluxos financeiros; interpretar indicadores de gestão da associação; encontrar fontes de financiamento adequadas; e promover uma gestão mais eficaz dos recursos.

Nº	TEMA	CONTEÚDOS
2.1.	PRODUTOS E SERVIÇOS	<ul style="list-style-type: none"> • Mapeamento dos produtos e serviços • Identificação da pirâmide do valor • Construção de uma carteira de produtos e serviços
2.2	SUSTENTABILIDADE	<ul style="list-style-type: none"> • Pensar a sustentabilidade • Fontes de financiamento • Gestão eficaz de recursos • O que um não financeiro necessita saber sobre fluxos financeiros e controlo de gestão

MÓDULO 3. CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

Finalidade: Utilização de técnicas de criatividade para resolver problemas e encontrar soluções para as necessidades detetadas, a nível de produtos, serviços e processos.

Pretende-se com este módulo que os formandos:

- adquiram ferramentas de criatividade facilitadoras da inovação, da construção de novas soluções, de serviços, de produtos ou de iniciativas, que melhor respondam aos desafios e contextos em que as associações se movimentam.
- sejam capazes de promover uma cultura de inovação dentro da associação, e de envolver a comunidade na coprodução de soluções e de inovação.

Nº	TEMA	CONTEÚDOS
3.1	CRIATIVIDADE	<ul style="list-style-type: none"> • Importância da criatividade na resolução de problemas, procura de soluções e inovação • Criação de condições favoráveis ao desenvolvimento da criatividade • Técnicas de criatividade (da geração à seleção de ideias) • Treino de criatividade – criação de propostas inovadoras
3.2	GESTÃO DA INOVAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Inovação aberta • Ideias para envolvimento da comunidade na coprodução de soluções, produtos e serviços • Criação de uma cultura de inovação

MÓDULO 4. GESTÃO DO CONHECIMENTO E ENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE

Finalidade: Sistematizar o conhecimento existente na organização (organizar, partilhar, explicitar). Procurar na envolvente a informação, o saber e as parcerias complementares necessárias.

Pretende-se com este módulo que os formandos sejam capazes de:

- valorizar e gerir o conhecimento existente na associação com vista à sua rentabilização;
- identificar necessidades de informação e de conhecimentos a nível da envolvente e desenvolver os procedimentos necessários à sua obtenção;
- reconhecer as vantagens de um funcionamento em parcerias ou em rede e adotar procedimentos nesse sentido.

6

Nº	TEMA	CONTEÚDOS
4.1	GESTÃO DE CONHECIMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento organizacional – um valor importante da associação • Gestão estratégica do conhecimento • Circuitos de comunicação interna e partilha de informação
4.2	VIGILÂNCIA ESTRATÉGICA	<ul style="list-style-type: none"> • Fatores críticos da envolvente a vigiar pela associação • Observação do ambiente e perceção das suas necessidades • Estratégias de recolha de informação • Envolvimento dos colaboradores nas funções de vigilância. • Da análise da informação às decisões estratégicas
4.3	REDES E PARCERIAS	<ul style="list-style-type: none"> • A importância das parcerias e do funcionamento em rede • Fomento das redes de contactos • Parcerias e forças de influência

MÓDULO 5. LIDERANÇA E GESTÃO DAS PESSOAS

Finalidade: Envolver os colaboradores no projeto da associação. Liderar, gerir e motivar equipas.

Pretende-se com este módulo que os formandos sejam capazes de:

- identificar os aspetos a melhorar a nível das suas competências de liderança e gestão de equipas e trabalhar o seu aperfeiçoamento;
- adotar comportamentos de liderança, gestão e motivação de equipas que mobilizem os colaboradores para a prossecução da missão, estratégia e objetivos da associação;
- melhorar a sua gestão de tempo e aumentar a eficácia das reuniões de trabalho.

Nº	TEMA	CONTEÚDOS
5.1	LIDERANÇA	<ul style="list-style-type: none"> • Competências de liderança em ambiente de projetos de trabalho • Liderança e gestão emocional
5.2	GESTÃO DE EQUIPAS DE TRABALHO	<ul style="list-style-type: none"> • Motivação de equipas • A gestão do trabalho em equipa • Gestão do tempo e de reuniões • Gestão do stress

MÓDULO 6. COMUNICAÇÃO E MARKETING

Finalidade: Comunicar com pessoas. Gerir, comunicar e promover a imagem da associação e dos seus serviços, com ética e responsabilidade.

Pretende-se com este módulo que os formandos:

- Sejam mais eficazes na sua comunicação interpessoal;
- desenvolvam uma comunicação institucional articulada com a sua estratégia e facilitadora do alcançar dos objetivos da associação;
- reconheçam a importância de comunicar o desempenho da organização de uma forma transparente, responsável e regular, e saibam como fazê-lo;
- reconheçam a importância do *marketing* para obtenção da notoriedade e resultados desejados, e ganhem capacidade crítica para tomadas de decisão sobre a utilização desta ferramenta, tendo em conta os recursos disponíveis.

7

Nº	TEMA	CONTEÚDOS
6.1	PROCESSO DA COMUNICAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicação interpessoal • Estilos de comunicação
6.2	COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicação da estratégia • Plano de comunicação
6.3	ACCOUNTABILITY E PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência e responsabilidade no fornecimento de informação e prestação de contas • Promoção de práticas socialmente responsáveis
6.4	MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing institucional • Marketing de produtos e serviços • Elementos de um plano de marketing • Marketing digital

ORGANIZAÇÃO

Duração: Oitenta e quatro (84) horas de formação, a desenvolver num intervalo de cerca de dois meses.

Destinatários: Gestores e quadros técnicos superiores das associações.

Data: 7 de outubro a 26 novembro de 2014

Local: IAPMEI, Academia PME, Lisboa.

Horário: Formação Presencial das 9h30-13h00 e das 14h00-17h30

Distribuição horária

MÓDULO	TEMAS	DURAÇÃO
M1. Missão, estratégia e ação	Missão e estratégia	3,5
	Gestão de projetos	3,5
	Orientação para o sucesso	7
M2. Produtos, serviços e sustentabilidade financeira	Produtos e serviços	7
	Sustentabilidade	7
M3. Criatividade e Inovação	Criatividade	7
	Gestão da Inovação	7
M4. Gestão do Conhecimento e envolvimento da comunidade	Gestão de conhecimento	3,5
	Vigilância estratégica	7
	Redes e parcerias	3,5
M5. Liderança e Gestão das Pessoas	Liderança	7
	Gestão de equipas de trabalho	7
M6. Comunicação e Marketing	Processo da Comunicação	3,5
	Comunicação institucional	3,5
	<i>Accountability e práticas de responsabilidade social</i>	
	<i>Marketing</i>	7
Total de horas (12 dias*7horas)		84

CALENDARIZAÇÃO DA AÇÃO DE FORMAÇÃO

OUTUBRO 2014

Segunda-Feira		Terça-Feira		Quarta-Feira		Quinta-Feira		Sexta-Feira		Sábado	Domingo	
				1		2		3		4		5
6		7	M1. Missão, estratégia e ação: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Missão ▪ Estratégia Horário: 9h 30 - 13h 00	8	M1. Missão, estratégia e ação: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Orientação para o sucesso Horário: 9h 30 - 13h 00 14h 00 - 17h 30	9		10		11		1 2
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestão de projetos Horário: 14h 00 - 17h 30									
13		14	M2. Produtos, serviços e sustentabilidade financeira: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Produtos e serviços Horário: 9h 30 - 13h 00 14h 00 - 17h 30	15	M2. Produtos, serviços e sustentabilidade financeira: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sustentabilidade Horário: 9h 30 - 13h 00 14h 00 - 17h 30	16		17		18		1 9
20		21		22		23		24		25		2 6
27		28	M3. Criatividade e Inovação: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Criatividade Horário: 9h 30 - 13h 00 14h 00 - 17h 30	29	M3. Criatividade e Inovação: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestão da inovação Horário: 9h 30 - 13h 00 14h 00 - 17h 30	30		31				

NOVEMBRO 2014

Segunda-Feira		Terça-Feira		Quarta-Feira		Quinta-Feira		Sexta-Feira		Sábado	Domingo	
										1		2
3		4	M4. Gestão do Conhecimento e envolvimento da comunidade: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestão de conhecimento Horário: 9h 30 - 13h 00	5	M4. Gestão do Conhecimento e envolvimento da comunidade: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vigilância estratégica Horário: 9h 30 - 13h 00	6		7		8		9
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vigilância estratégica Horário: 14h 00 -17h 30		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redes e parcerias Horário: 14h 00 -17h 30							
10		11		12		13		14		15		16
17		18	M5. Liderança e Gestão das Pessoas: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderança Horário: 9h 30 - 13h 00 14h 00 -17h 30	19	M5. Liderança e Gestão das Pessoas: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestão de equipas de trabalho Horário: 9h 30 - 13h 00 14h 00 -17h 30	20		21		22		23
24		25	M6. Comunicação e Marketing: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Processo da Comunicação Horário: 9h 30 - 13h 00	26	M6. Comunicação e Marketing: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketing Horário: 9h 30 - 13h 00 14h 00 -17h 30	27		28		29		30
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicação institucional ▪ <i>Accountability</i> e práticas de responsabilidade social Horário: 14h 00 -17h 30									

BIBLIOGRAFIA GERAL

António, E. (2010). *Saber lidar com as pessoas – princípios da comunicação interpessoal*, Editorial Presença, Queluz de Baixo.

Armstrong, Michael (2011). *Como ser ainda melhor gestor: Guia completa de técnicas e competências essenciais*, Lisboa, Atual editora.

Fialho, Cândido e Serrano, António (2005). *Gestão do Conhecimento: O Novo Paradigma das Organizações*, Lisboa, FCA- Editora de Informática (2ª Edição Aumentada).

Ferreira, J.M.C., Neves, J., Caetano, A. (2001). *Manual de Psicossociologia das Organizações*, McGraw-Hil, Amadora.

Miguel, A., Rocha, A. E Rohrich, O. (2008). *Gestão emocional em equipas em ambiente de trabalho*. FCA – Editora de Informática, Lisboa

Lendrevie J., Brochand B., Rodrigues J. e Dionísio P. (1999). *Publicitor*. Publicações Dom Quixote, Lda, Lisboa.

Lindon, D., Lendrevie J., Lévy J., Dionísio P. e Rodrigues J. (2003). *Mercator XXI*, Publicações Dom Quixote, Lda., Lisboa

Kinsey G. (2010). *A vantagem não verbal*, Editora Vozes, Petrópolis

Kotler, P. (2000). *Marketing para o século XXI*, Editorial Presença.

Rascão, J. (2008) “Novos desafios da gestão da informação”. Edições Sílabo, Lda.

Santos, M., Ramos, I. (2009). *Business Intelligence*. FCA – Editora de Informática