

Gestão Estratégia 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.

Destinatários:

O curso é destinado a empresas de telecomunicações ou prestadoras de serviços de telecomunicações.

Carga Horária:

30 Horas

CONTEÚDO:

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;
 - Ansoff.

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 – DECISÃO DE INVESTIMENTO

- 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 VIII – MODELOS FINAIS

- Baseada em Custos;
- Formação de Preços a Prazo;
- Modelo Final de Preço;
- Curva ABC dos Produtos;

- Matriz BCG.

Módulo IX – DECISÃO DE FINANCIAMENTO