

2.ª EDIÇÃO | Programa de formação especializada



EXECUTIVE
IPSS
www.f3m.pt



Universidade do Minho



Aliança de Pós-Graduação
Competências para o futuro

A F3M e a UMinho Exec assumem o compromisso de colocar toda a sua experiência e qualidade ao serviço das Instituições do Setor Social.

KNOW-HOW . INOVAÇÃO . QUALIDADE

CALENDÁRIO DE FORMAÇÃO/ONLINE

DATA	MÓDULOS	FORMADOR	HORAS
12, 13 e 14 JAN'2023	Planeamento Estratégico nas Organizações da Economia Social	Carlos Azevedo	6
19, 20 e 21 JAN'2023	Sustentabilidade das Organizações da Economia Social	Vitor Bizarro Vale	6
26, 27 e 28 JAN'2023	Marketing Social	Isa Alves	6
02, 03 e 04 FEV'2023	A Pandemia e a Angariação de Fundos	Maria Manuela Miguel	6
09, 10 e 11 FEV'2023	Casos Práticos de Contabilidade nas Organizações da Economia Social	Amélia Carvalho	6
16, 17 e 18 FEV'2023	Obrigações e Benefícios Fiscais para as Organizações da Economia Social	Ana Paula Duarte	6
23, 24 e 25 FEV'2023	Gestão dos Contratos e Obrigações Laborais nas Organizações da Economia Social	Luís Paulo Silva	6
02, 03 e 04 MAR'2023	Voluntariado e Gestão de Recursos Humanos nas Organizações da Economia Social	Armando Guimarães	6
09, 10 e 11 MAR'2023	Comunicação Interna e Externa das OES	Alexandra Figueira	6
16, 17 e 18 MAR'2023	Seminário de Gestão de Organizações da Economia Social	Lino Maia	6

TOTAL 60h 1.390,00€ | 1.251,00€*

*Valor da propina, quando aplicado o desconto.

HORÁRIO

5ª feira das 18h às 20h
6ª feira das 18h às 20h
Sábado das 10h às 12h

10% DESCONTO

para early bird, associados UDIPSS, Clientes F3M, alunos e alumni UMinho e UMinho Exec (sem descontos cumulativos)

Seminários de Gestão de Organizações da Economia Social [6h]

Marketing Social [6h]

ISA ALVES

Conceito e princípios fundamentais do Marketing Social.
A estratégia de marketing mix social: produto de troca, preço, comunicação e acessibilidade.
Teorias comportamentais e teorias do marketing social.
Marketing Social up-stream e down-stream.
O planeamento de marketing social: diagnóstico e pesquisa, segmentação e gestão de stakeholders.
Branding em marketing social.
Análise de Casos de Intervenções em marketing social.
O marketing digital ao serviço do marketing social.
A medição da eficácia no marketing social.
Value for Money em marketing social.
Controlo e follow up em marketing social.

Comunicação Interna e Externa das OES [6h]

ALEXANDRA FIGUEIRA

Comunicação institucional para construir reputação:

. Vantagens na obtenção de financiamento e voluntariado, goodwill dos stakeholders e proteção em situação de crise.

Comunicação interna:

. Vantagens e riscos da comunicação;
. Ferramentas a utilizar.

Comunicação externa:

. Assessoria de imprensa:
O que comunicar e quando;
A relação com jornalistas e empresas de comunicação;
Melhores estratégias de comunicação e erros comuns.

. Responsabilidade Social Organizacional:

O que é e como funciona;
Estratégia para definição de parcerias;
Ativos que as OES podem aportar a uma parceria;
Vantagens e riscos para uma OES;
Estudo de caso da CAIS e/ou da Bagos d'Ouro.

. Comunicação de crise:

Planeamento prévio;
Estratégia de resposta.

Comunicação digital:

. Ferramentas e formas de avaliação de impacto.

Planeamento Estratégico nas Organizações da Economia Social [6h]

CARLOS AZEVEDO

Definição de planeamento estratégico.

A organização e a importância das funções para o aumento da eficácia e da eficiência.

A gestão integrada e o alinhamento da estratégia organizacional com a missão, visão e valores.

A análise SWOT.

Implicações internas do planeamento estratégico.

Sustentabilidade das Organizações da Economia Social [6h]

VITOR BIZARRO VALE

O conceito de sustentabilidade e a sua aplicabilidade no setor social.

A sustentabilidade e os fatores transversais à organização: RH, inovação, parcerias e outros.

A eficiência na utilização dos recursos e a eficácia no cumprimento da missão social.

O orçamento e o controlo orçamental.

Avaliação de investimentos e opções de financiamento.

oEstratégias e instrumentos de gestão de tesouraria.

A Pandemia e a Angariação de Fundos [6h]

MARIA MANUELA MIGUEL

Fundraising: conceito e objetivo.

Tipos e formas tradicionais de Fundraising.

O impacto da pandemia nas atividades de Fundraising.

Desafios do Fundraising: o Futuro no pós-pandemia.

Voluntariado e Gestão de Recursos Humanos nas Organizações da Economia Social [6h]

ARMANDO GUIMARÃES

Breve abordagem do enquadramento legal do voluntariado em Portugal.

Gestão do voluntariado.

Importância da gestão de voluntariado e o posicionamento estratégico com o resto da organização.

Dicotomia Voluntariado vs Colaboradores da organização.

Papeis e responsabilidades.

Gestão de Conflitos do Intervoluntariado.

Obrigações e Benefícios Fiscais para as Organizações da Economia Social [6h]

ANA PAULA DUARTE

O sistema fiscal português.

Principais Obrigações Fiscais das Entidades do Setor Não Lucrativo:

IVA, IRS, IRC, IMI, IMT, IS, Outros.

As obrigações declarativas das Entidades do Setor Não Lucrativo.

O Estatuto dos Benefícios Fiscais.

Gestão dos Contratos e Obrigações Laborais nas Organizações da Economia Social [6h]

LUÍS PAULO SILVA

A hierarquia das fontes e a articulação entre a Convenção e o Código do Trabalho.

Especificidades na contratação: modalidades e formalidades dos contratos de trabalho.

Direitos e deveres das partes e consequências da sua violação.

Organização do tempo de trabalho: modalidades de horários e sua adequação às necessidades da Instituição.

O regime de faltas e férias e suas repercussões na remuneração.

Vicissitudes contratuais: alteração do conteúdo funcional, alteração do horário, entre outras.

Cessação do contrato e suas consequências.

Principais obrigações, prazos e documentos legais.

Casos Práticos de Contabilidade nas Organizações da Economia Social [6h]

AMÉLIA CARVALHO

Definição de Contabilidade.

SNC-ESNL

A Informação Financeira no Apoio à Gestão:

. Demonstrações Financeiras;

. Rácios de Gestão;

. Orçamentos.

Os Centros de Custos.

www.f3m.pt
www.uminhoexec.pt