

MÓDULO	OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM <i>O módulo tem os seguintes pontos:</i>	CONHECIMENTOS A ADQUIRIR	
		CONHECIMENTOS <i>Depois de completar este módulo, o formando deverá saber:</i>	COMPETÊNCIAS <i>Depois de completar este módulo, o formando deverá ser capaz de:</i>
<b>1. Introdução</b>	definição do Modelo de Negócio	definir Modelos de Negócio	interpretar a definição de Modelos de Negócio
	a utilidade e os benefícios de um Modelo de Negócio	descrever a utilidade e os benefícios de um Modelo de Negócio	avaliar a utilidade e os benefícios de um modelo de negócio
	os elementos do Modelo de Negócio Canvas	descrever os elementos do Modelo de Negócio Canvas	aplicar os elementos do Modelo de Negócio Canvas
<b>2. Segmentos de Clientes</b>	definição de Segmentos de Clientes	compreender o que é um Segmento de Cliente	interpretar o que é um Segmento de Cliente
	a importância dos Segmentos de Clientes num Modelo de Negócio	perceber a importância dos Segmentos de Clientes num Modelo de Negócio	reconhecer a importância dos Segmentos de Clientes num Modelo de Negócio
	diferentes modelos de Segmentos de Clientes	conhecer diferentes modelos de Segmentos de Clientes	analisar diferentes modelos de Segmentos de Clientes
	o impacto que os diferentes Segmentos de Clientes podem ter noutras partes do Modelo de Negócio	reconhecer como os diferentes Segmentos de Clientes podem ter impacto noutras partes do Modelo de Negócio.	delinear o impacto que os diferentes Segmentos de Clientes podem ter noutras partes do Modelo de Negócio
<b>3. Proposta de Valor</b>	o conceito de Proposta de Valor	definir o conceito de Proposta de Valor	aplicar o conceito de Proposta de Valor
	elementos de uma Proposta de Valor	indicar os elementos de uma Proposta de Valor	interpretar os elementos de uma Proposta de Valor
	tipos de Propostas de Valor	identificar tipos de Propostas de Valor	aplicar diferentes tipos de Propostas de Valor
	exemplos de algumas das Propostas de Valor mais conhecidas no mercado	apresentar exemplos de algumas das Propostas de Valor mais conhecidas no mercado	aplicar as Propostas de Valor mais conhecidas no mercado

	Propostas de Valor mais adequadas para satisfazer as necessidades do cliente	analisar a Proposta de Valor mais adequada para satisfazer as necessidades do cliente	selecionar as Propostas de Valor mais adequadas para satisfazer as necessidades do cliente
<b>4. Canais</b>	as diferentes fases de comunicação relacionadas com os Canais e os seus objetivos	reconhecer cada uma das diferentes fases de comunicação relacionadas com os Canais e os seus objetivos	interpretar cada uma das diferentes fases de comunicação relacionadas com os Canais e os seus objetivos
	a diferença entre os Canais de comunicação relacionados com a publicidade (consciência, avaliação e apoio ao cliente pós-venda) e as fases relacionadas com o posto (aquisição e entrega)	distinguir entre os Canais de comunicação relacionados com a publicidade (consciência, avaliação e apoio ao cliente pós-venda) e as fases relacionadas com o posto (aquisição e entrega)	distinguir entre os Canais de comunicação relacionados com a publicidade e as fases relacionadas com o posto
	os diferentes Canais para divulgar a Proposta de Valor da Organização	analisar diferentes Canais para divulgar a Proposta de Valor da Organização	valorizar diferentes Canais como forma de divulgar a Proposta de Valor da Organização
	os Canais atuais como forma de melhorar a comunicação com todos os Segmentos de Clientes	examinar e avaliar os Canais atuais para melhorar a comunicação com todos os Segmentos de Clientes, e assim melhorar a Relação com o Cliente	examinar e avaliar os Canais atuais para melhorar a comunicação com todos os Segmentos de Clientes e, consequentemente, melhorar a Relação com o Cliente
	os Canais como meio de comunicação para potenciar a Relação com os Clientes e a ajudar na criação de valor	consolidar e adaptar os Canais, com os Segmentos de Clientes, potenciando a Relação com os Clientes e a criação de valor	consolidar e adaptar os Canais com os Segmentos de Clientes, potenciando a Relação com os Clientes e a criação de valor
	o desenvolvimento de estratégias futuras rentáveis, e Canais inovadores	Ter criatividade em desenvolver estratégias rentáveis e Canais inovadores	aplicar a criatividade para desenvolver estratégias futuras rentáveis e Canais inovadores
<b>5. Relações com os Clientes</b>	a definição de Relações com os Clientes	definir Relações com os Clientes	interpretar a definição de Relações com os Clientes
	a importância das Relações com os Clientes no Modelo de Negócio Canvas	explicar a importância das Relações com os Clientes no Modelo de Negócio Canvas	avaliar a importância das Relações com os Clientes no Modelo de Negócio Canvas
	diferentes modelos de Relações com os Clientes	exemplificar diferentes modelos de Relações com os Clientes	utilizar diferentes modelos de Relações com os Clientes

	o impacto que as diferentes Relações com os Clientes podem ter noutros componentes do Modelo de Negócio Canvas e vice-versa	descrever e avaliar como as diferentes Relações com os Clientes podem ter impacto noutros componentes do Modelo de Negócio Canvas e vice-versa	reconhecer o impacto que as diferentes Relações com os Clientes podem ter noutros componentes do Modelo de Negócio Canvas e vice-versa
<b>6. Fluxos de Rendimento</b>	o bloco dos Fluxos de Rendimento e a sua relação com outros blocos	descrever as aplicações do bloco dos Fluxos de Rendimento e a sua relação com outros blocos	aplicar o bloco dos Fluxos de Rendimento e a sua relação com outros blocos
	pontos fortes e fracos de Fluxos de Rendimento	avaliar os atuais Fluxos de Rendimento para avaliar os pontos fortes e fracos	avaliar os atuais Fluxos de Rendimento para avaliar os pontos fortes e fracos
	o valor dos Fluxos de Rendimento e a sua relevância para a estratégia organizacional	avaliar o valor dos Fluxos de Rendimento e a sua relevância para a estratégia organizacional	avaliar o valor dos Fluxos de Rendimento e a sua relevância para a estratégia organizacional
	melhoria da comunicação com todos os Segmentos de Clientes através de Fluxos de Rendimento	analisar e criticar os atuais Fluxos de Rendimento para melhorar a comunicação com todos os Segmentos de Clientes e as relações com estes	analisar e criticar os atuais Fluxos de Rendimento para melhorar a comunicação com todos os Segmentos de Clientes e as relações com estes
	Fluxos de Rendimento inovadores	compreender o módulo dos Fluxos de Rendimento	dominar o módulo dos Fluxos de Rendimento para desenvolver Fluxos de Rendimento inovadores
<b>7. Recursos-Chave</b>	definição de Recursos-Chave	compreender o que são Recursos-Chave	compreender o que são Recursos-Chave
	a importância dos Recursos-Chave no Modelo de Negócio Canvas	compreender a importância dos Recursos-Chave no Modelo de Negócio Canvas	avaliar a importância dos Recursos-Chave no Modelo de Negócio Canvas
	diferentes tipos de Recursos-Chave	distinguir entre os diferentes tipos de Recursos-Chave	aplicar os diferentes tipos de Recursos-Chave

	desenvolvimento da Proposta de Valor através dos Recursos-Chave	avaliar quais os Recursos-Chave que criam a Proposta de Valor	avaliar quais os Recursos-Chave que criam a Proposta de Valor
<b>8. Atividades-Chave</b>	o conceito de Atividades-Chave	definir o conceito de Atividades-Chave dentro do Modelo de Negócio Canvas	compreender o conceito de Atividades-Chave dentro do Modelo de Negócio Canvas
	as principais Atividades-Chave de uma empresa	identificar as principais Atividades-Chave dentro de uma empresa	identificar as principais Atividades-Chave dentro de uma empresa
	as principais Atividades-Chave necessárias para atingir o objetivo da empresa	identificar as Atividades-Chave relevantes para alcançar os objetivos de uma empresa	aplicar as Atividades-Chave relevantes para alcançar os objetivos de uma empresa
	a importância das Atividades-Chave na definição da Proposta de Valor	demonstrar a importância das Atividades-Chave na definição da Proposta de Valor	reconhecer a importância das Atividades-Chave na definição da Proposta de Valor
	a relação entre as Atividades-Chave e a Proposta de Valor de uma empresa	explicar a relação entre as Atividades-Chave e a Proposta de Valor de uma empresa	distinguir a relação entre as Atividades-Chave e a Proposta de Valor de uma empresa
	as Atividades-Chave adequadas à Proposta de Valor	saber discriminar as Atividades-Chave relevantes para a Proposta de Valor	focar apenas nas Atividades-Chave relevantes para a Proposta de Valor
<b>9. Parcerias-Chave</b>	conceito de Parcerias-Chave	definir o conceito de Parcerias-Chave	interpretar o conceito de Parcerias-Chave
	os principais acordos de parceria e as respectivas vantagens e desvantagens	identificar os principais acordos de parceria e as respectivas vantagens e desvantagens	valorizar os principais acordos de parceria e as respectivas vantagens e desvantagens
	Parcerias-Chave para apoiar as operações da empresa	identificar Parcerias-Chave para apoiar as operações da empresa	avaliar as Parcerias-Chave necessárias para apoiar as operações da empresa
	importância das Parcerias-Chave para satisfazer as necessidades dos clientes	reconhecer a importância das Parcerias-Chave para satisfazer as necessidades dos clientes	analisar a importância das Parcerias-Chave para satisfazer as necessidades dos clientes
	a relação entre os parceiros para criar valor conjunto	explicar a relação entre os parceiros para criar valor conjunto	verificar a relação entre os parceiros para criar valor conjunto
	o papel das Parcerias-Chave	analisar o papel das Parcerias-Chave	analisar o papel das Parcerias-Chave

	minimização de falhas de uma empresa através da criação de parcerias	escolher o(s) parceiro(s) mais adequado(s) para reduzir as falhas da empresa	escolher o(s) parceiro(s) mais adequado(s) para reduzir as falhas da empresa
	condições para um acordo benéfico para a empresa	estabelecer condições para um acordo benéfico para a empresa	estabelecer condições para um acordo benéfico para a empresa
<b>10. Estrutura de Custos</b>	definição e exemplos de custos variáveis	definir e dar exemplos de custos variáveis	interpretar e dar exemplos de custos variáveis
	definição e exemplos de custos fixos	definir e dar exemplos de custos fixos	interpretar e dar exemplos de custos fixos
	diferença entre custos fixos e custos variáveis	diferenciar custos fixos de custos variáveis	averiguar a diferença entre custos fixos e variáveis
	cálculo de custos variáveis	calcular os custos variáveis	calcular os custos variáveis
	cálculo de custos fixos	calcular os custos fixos	calcular os custos fixos
	otimização de custos da empresa	otimizar os custos da empresa	otimizar os custos da empresa
<b>11. Valores Cívicos e Profissionais</b>	o significado de Valores Cívicos e Profissionais	compreender o significado de Valores Cívicos e Profissionais	averiguar o significado de Valores Cívicos e Profissionais
	um negócio como um compromisso social e político	compreender um negócio como um compromisso social e político, para além de um compromisso económico	analisar um negócio como um compromisso social e político, para além de um compromisso económico
	a importância de integrar Valores Cívicos e Profissionais num Modelo de Negócio	compreender a importância de integrar Valores Cívicos e Profissionais num Modelo de Negócio	avaliar a importância de integrar Valores Cívicos e Profissionais num Modelo de Negócio
	os benefícios de integrar Valores Cívicos e Profissionais noutras partes do Modelo de Negócio	compreender os benefícios de integrar Valores Cívicos e Profissionais noutras partes do Modelo de Negócio	avaliar os benefícios de integrar Valores Cívicos e Profissionais noutras partes do Modelo de Negócio