

# RepUtAction

A ESTRUTURA INOVADORA PARA  
IMPULSIONAR A REPUTAÇÃO  
DAS PEQUENAS EMPRESAS

# MANUAL ABERTO PARA PRESTADORES DE VET

*Recomendações para os  
Prestadores de VET*

PROJECT ID: 2024-1-IT01-KA210-VET-000248986



[www.reputation-project.eu](http://www.reputation-project.eu)



Co-funded by  
the European Union

### **Autores**

Bruna Fontanarosa, Dania Tataranni, Valeria Claps

### **Coautores**

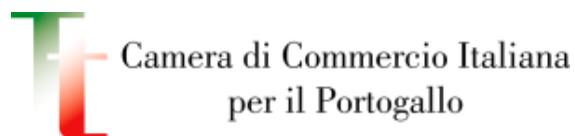
Agnese Barbabietola, Denise de Almeida Peres, Eloísa Moriel Valença, Maria Archonti, Maria Skoufi

### **Parceiros**

CIB

CCIP

The Hive



### **Disclaimer**

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são, no entanto, apenas dos autores e não refletem necessariamente os da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser responsabilizadas por elas.

# ÍNDICE

## 1. Sobre o Projeto RepUtAction

## 2. Introdução ao Guia Aberto

## 3. Metodologia utilizada: formação ativa

## 4. Deliver training course

Módulo 1: Reputação corporativa orientada para o mercado

Módulo 2: Reputação Empresarial em Relações Públicas

Módulo 3: Estratégias de Reputação Online e Credibilidade

## 5. Dicas de Facilitação

## 6. Utilização da plataforma de e-learning

## 7. Utilização da ferramenta de Autoavaliação RepUtAction

## 8. Conclusão

## 9. Fontes Adicionais

---

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são, no entanto, apenas dos autores e não refletem necessariamente os da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser responsabilizadas por elas.



# RepUtAction

---

## Sobre o Projeto RepUtAction:

“RepUtAction - A estrutura inovadora para impulsionar a reputação das pequenas empresas” - 2024-1-IT01-KA210-VET-000248986 é um projeto Erasmus+ no domínio do Ensino e Formação Profissional (VET), selecionado ao abrigo da ação tipo KA120-VET - Parcerias de pequena escala no ensino e formação profissional.

A reputação corporativa desempenha um papel crítico na sobrevivência e no crescimento das pequenas e microempresas (PME). Estas empresas enfrentam frequentemente uma elevada taxa de mortalidade nos seus primeiros três anos devido à falta de capacidade, visão e tempo para desenvolver uma identidade e reputação corporativas eficazes.

No entanto, o investimento na reputação corporativa pode influenciar diretamente o crescimento, as receitas e a sobrevivência a longo prazo. Ajuda a construir confiança, a atrair clientes, a aumentar a fidelidade, a ganhar uma vantagem competitiva e a apoiar o crescimento a longo prazo. É um investimento de alto retorno que impacta significativamente a sobrevivência e o sucesso do negócio.



---

## PARCEIRA

---

O projeto RepUtAction visa apoiar proativamente as PME europeias no reforço da sua reputação corporativa, ajudando-as a atingir o seu pleno potencial e a tornarem-se mais competitivas no mercado, ao mesmo tempo que aborda um desafio político complexo dentro do mercado europeu.



**PARCEIRO LÍDER:**

**CONFIMI INDUSTRIA BASILICATA - Associação da Indústria Transformadora e da Empresa Privada de Basilicata (IT)**

---



**PARCEIRO: CÂMARA DE COMÉRCIO ITALIANA PARA PORTUGAL (PT)**

---



**PARCEIRO: THE HIVE (EL)**



---

## OBJETIVOS

---

A maioria das micro e pequenas empresas e start-ups carece de capacidade, recursos financeiros e perícia para alcançar uma boa reputação corporativa que possa aumentar a posição económica e o volume de negócios da empresa. O RepUtAction responde a esta necessidade ao oferecer uma estrutura inovadora que apoia os líderes das PME no seu percurso de melhoria da reputação corporativa.

### Objetivos

1. **Compreender** as lacunas de competências nas pequenas empresas e start-ups com referência à reputação corporativa
2. **Criar** um programa de formação altamente inovador.
3. **Testar** o programa de formação em contextos reais para garantir a sua eficácia
4. **Assegurar** a disseminação e a exploração de conhecimentos e competências para centros de formação profissional
5. **Garantir** a sustentabilidade dos resultados ao longo do tempo
6. **Garantir** a visibilidade máxima dos resultados para maximizar o impacto



---

## ALVO

---

O projeto **RepUtAction** terá um impacto significativo e radical nos líderes de micro e pequenas empresas, prestadores de VET, organizações de apoio às empresas e organizações parceiras.

### ALVO



- Líderes de micro e pequenas empresas (MPME)
- Prestadores de VET e centros de formação profissional
- Organizações de apoio às empresas
- Organizações parceiras

Como podem estes grupos beneficiar do projeto e dos materiais do RepUtAction?



---

## ALVO

---

- **Líderes de Micro e Pequenas Empresas (MPME)**

O RepUtAction é um programa de formação que ajuda os líderes de micro e pequenas empresas e de empresas em fase inicial (até 3 anos de atividade) a construir a reputação corporativa e a melhorar a preparação para o mercado. Oferece formação online gratuita, no centro de aprendizagem, que desenvolve competências técnicas, empreendedoras e digitais para apoiar o crescimento e a reputação das pequenas empresas.

- **Prestadores de VET e Centros de Formação Profissional**

O projeto oferece aos prestadores de VET um programa de formação inovador e recetivo ao mercado que pode ser facilmente integrado nos seus cursos existentes, apoiado por um manual dedicado e um processo de revisão por pares que envolve partes interessadas externas.

- **Organizações de Apoio às Empresas**

Empresas de consultoria, associações de PME, Câmaras de Comércio e organizações semelhantes expandirão os seus serviços para as PME da UE ao oferecerem consultoria inovadora em reputação corporativa.

- **Organizações Parceiras**

O pessoal contribui para a gestão do projeto, desenvolvimento da formação e disseminação, ao mesmo tempo que reforça a sua experiência em credibilidade e reputação digital corporativa e melhora as suas competências na gestão de projetos de cooperação transnacional.



---

## INTRODUÇÃO

---

### **A estrutura do Guia Aberto e como utilizá-lo**

O Guia Aberto para Prestadores de VET é um manual digital estruturado, concebido para apoiar os prestadores de ensino e formação profissional (VET) na entrega de formação eficaz e inovadora, centrada na gestão da reputação corporativa para líderes de pequenas empresas. Desenvolvido no âmbito do Projeto RepUtAction, este guia funciona tanto como uma estrutura conceptual como uma ferramenta prática para ajudar os profissionais de VET a conceber, gerir e implementar atividades de formação que reforcem as competências relacionadas com a reputação em pequenas e microempresas.

O guia responde à crescente necessidade de as pequenas empresas construírem, gerirem e protegerem a sua reputação corporativa num ambiente de mercado altamente competitivo e dinâmico. Dado o papel crucial que a reputação desempenha na sobrevivência, crescimento e sustentabilidade a longo prazo das empresas, este manual apoia os prestadores de VET e os formadores na capacitação dos líderes de pequenas empresas com as competências necessárias para aumentar a confiança, a credibilidade e o envolvimento das partes interessadas.



---

## **INTRODUÇÃO**

---

O Guia Aberto está estruturado em torno de três módulos de formação fundamentais, cada um abordando uma dimensão estratégica da gestão da reputação para pequenas empresas:

1. Reputação Corporativa Orientada para o Mercado
2. Reputação Empresarial em Relações Públicas
3. Estratégias de Reputação Online e Credibilidade

Este Guia Aberto está organizado em unidades modulares práticas e interligadas que podem ser utilizadas como um percurso de formação abrangente. Cada módulo inclui conteúdo teórico, uma ferramenta digital de autoavaliação, estudos de caso e atividades práticas. O guia adota uma metodologia de ensino misto (blended learning) que integra recursos digitais com a aprendizagem baseada em problemas e experiencial, permitindo que os participantes apliquem os conhecimentos diretamente no seu contexto profissional ou empresarial. Esta abordagem flexível pode ser adaptada a ambientes de formação online, híbridos ou presenciais.



---

# INTRODUÇÃO

---

## Como utilizar o Guia

- 1. Ler e compreender o guia completo:** Recomenda-se que os formadores revejam o guia na sua totalidade para compreenderem plenamente os seus objetivos, conteúdos e abordagem pedagógica.
- 2. Envolver os participantes através de atividades práticas:** Os exercícios e estudos de caso foram concebidos para simular cenários de negócio reais, incentivando a participação ativa e a resolução de problemas.
- 3. Implementar a Aprendizagem Baseada na Experiência:** Os alunos testam e aperfeiçoam estratégias de reputação através de experiências em contexto de trabalho, utilizando a reflexão e o feedback para reforçar a competência prática.
- 4. Utilizar ferramentas de avaliação e autoavaliação:** Cada módulo inclui ferramentas de autoavaliação e de avaliação final para monitorizar o progresso e os resultados da aprendizagem.
- 5. Adaptar às necessidades locais e organizacionais:** Os formadores podem personalizar o conteúdo, os métodos de entrega e os exemplos para garantir a relevância para os mercados locais e contextos empresariais.

Todos os prestadores de VET, formadores e facilitadores são incentivados a integrar as atividades e recursos do guia nos seus programas de formação, uma vez que o Guia Aberto serve não só como uma ferramenta educativa, mas também como um percurso estratégico para capacitar os líderes de pequenas empresas a desenvolverem reputações fortes, credíveis e sustentáveis.



## Guia de Início Rápido

Cronograma	Atividade	Desenvolvimento
Dia 1	Orientação	Apresentar aos participantes os objetivos, expectativas e ferramentas do programa.
Dia 2	Módulo 1: Reputação Corporativa Orientada para o Mercado	Estudo de caso real sobre reputação de mercado.
Dia 3	Módulo 2: Reputação Empresarial nas Relações Públicas	Atividade de aprendizagem baseada em problemas focada na gestão de uma crise de RP
Dia 4	Módulo 3: Estratégias de Reputação Online e Credibilidade	Exercício baseado na experiência que simula a gestão da reputação online.
Dia 5	Plataforma de e-learning e ferramenta de autoavaliação	Concluir módulos de e-learning, finalizar a autoavaliação, rever o progresso e preparar para a certificação.

### Lista de verificação do formador

- Confirmar os objetivos da formação e os esquemas das sessões
- Preparar materiais de apresentação e documentos de apoio
- Testar todas as ferramentas e plataformas digitais
- Agendar as sessões e enviar convites de calendário
- Rever a lista de participantes e as necessidades de aprendizagem
- Recolher feedback após cada sessão
- Entregar o resumo final da formação e recomendações



---

## INTRODUÇÃO

---

### A estrutura do Guia Aberto e como utilizá-lo



Uma secção introdutória sobre **metodologia de formação ativa**



Uma secção sobre **grupos de trabalho e competências de gestão fundamentais**



Uma secção sobre atividades de **formação baseadas em módulos**

---

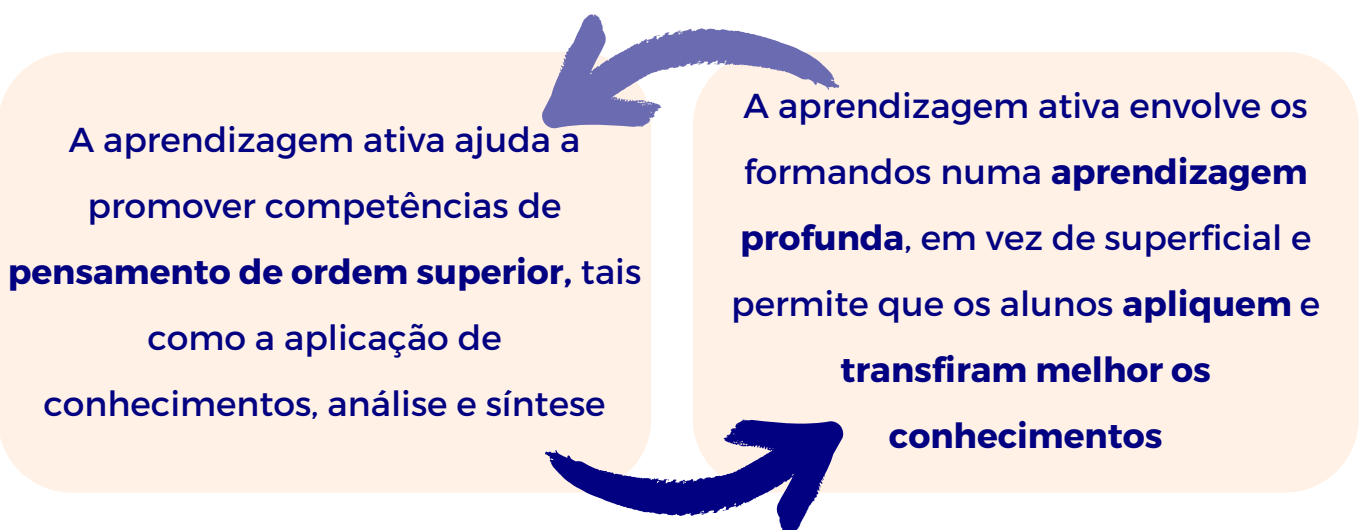
## METODOLOGIA UTILIZADA: FORMAÇÃO ATIVA (FA)

---

Na obra essencial "Active Learning: Creating Excitement in the Classroom", compilada em 1991 para a Association for the Study of Higher Education e para o ERIC Clearinghouse on Higher Education, Bonwell e Eison definiram estratégias que promovem a aprendizagem ativa como "atividades de aprendizagem que envolvem os alunos em fazer coisas e a pensar sobre o que estão a fazer" (Bonwell e Eison, 1991).

As abordagens que incentivam a aprendizagem ativa priorizam o desenvolvimento das competências dos alunos em vez da simples transmissão de informação.

Estes métodos exigem que os alunos se envolvam ativamente – como através da leitura, discussão ou escrita – em moldes que envolvem um raciocínio de ordem superior. Também enfatizam frequentemente a exploração das próprias atitudes e valores dos alunos (Brame, 2016)



A **aprendizagem ativa** é uma **abordagem de ensino** que envolve ativamente os alunos no processo de aprendizagem através de uma série de estratégias, tais como discussões, resolução de problemas, estudos de caso, jogos de funções (role-playing) e atividades reflexivas. Rather than relying solely on traditional lectures, this method encourages students to take greater responsibility for their learning while the instructor maintains a key role in guiding and supporting them.

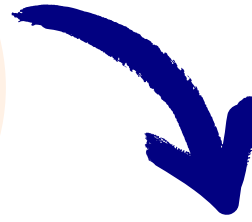
Dentro deste quadro, tanto a **Aprendizagem Baseada em Problemas** como a **Aprendizagem Baseada na Experiência** são estratégias amplamente utilizadas.

- **Aprendizagem Baseada em Problemas (PBL):** A Aprendizagem Baseada em Problemas é uma abordagem instrucional e curricular centrada no aluno que permite aos estudantes investigar, ligar a teoria à prática e aplicar os seus conhecimentos e competências para criar soluções eficazes para um problema específico. (Walker et al., 2015).
- **Aprendizagem Baseada na Experiência (EBL):** É uma abordagem de aprendizagem ativa que enfatiza a aprendizagem através da experiência direta e da reflexão. Os alunos adquirem conhecimentos e competências ao envolverem-se em atividades autênticas, tais como simulações, estágios, trabalho de campo ou projetos práticos, refletindo depois sobre estas experiências para aprofundar a compreensão e ligar a teoria à prática. (Alabi, 2024).

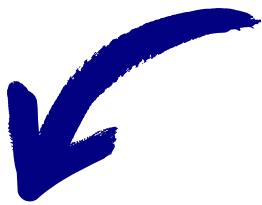
Ambas as abordagens alinham-se com os princípios da aprendizagem ativa ao promoverem o envolvimento dos alunos, o pensamento crítico, a colaboração e a aplicação de conhecimentos para além da escuta passiva.



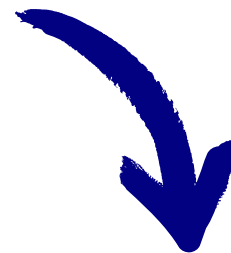
As oportunidades para processar os conteúdos do curso através da **reflexão**, da **escrita**, do **diálogo** e da **resolução de problemas** oferecem aos estudantes **múltiplas possibilidades de aprendizagem**.



A aplicação de novos conhecimentos ajuda os aprendentes a **codificar informações**, conceitos e competências na memória, relacionando-os com informações anteriores, organizando o conhecimento e fortalecendo as vias neurais



A realização de atividades ajuda a criar **ligações pessoais** com o material, aumentando a motivação dos aprendentes para aprender.



A **interação regular** com o facilitador e com os pares em torno de atividades e objetivos partilhados contribui para um sentido de comunidade no ambiente de aprendizagem



Os **educadores** podem obter uma **compreensão mais profunda** do raciocínio dos aprendentes através da observação e do diálogo com os mesmos enquanto estes trabalham

# INCORPORAR A FORMAÇÃO ATIVA NA SUA FORMAÇÃO

As atividades de aprendizagem ativa podem ser utilizadas para:

Cativar os alunos e aumentar a motivação

Avaliar os conhecimentos prévios dos alunos

Promover a resolução diária de problemas e a sua aplicação, aprofundar a compreensão do aluno

Avaliar se os alunos compreenderam a matéria

Ajudar os alunos a rever os materiais para um exame

Preparar os alunos para um trabalho importante

Explorar a relevância do material do curso na vida profissional ou quotidiana dos alunos

## Como começar com técnicas de aprendizagem ativa?

Quer esteja a pensar em experimentar a aprendizagem ativa pela primeira vez ou já a tenha utilizado no passado e queira experimentar algo novo, estas são estratégias bem testadas para envolver os formandos e focar-se nos conceitos-chave do seu grupo. Comece com uma delas e considere adicionar outras à medida que se sentir confortável.

Interromper a lição a cada 15-20 minutos ajudará a manter a atenção e o interesse dos formandos enquanto aplicam o que estão a aprender.

### **DICAS a ter em conta ao testar novas técnicas:**

- Utilize problemas ou questões que desafiem e interessem os formandos;
- Explique o objetivo da atividade e seja claro sobre o que pretende que os formandos façam;
- Atribua tempo suficiente à atividade; algumas atividades em sala levam apenas 2-3 minutos, mas outras podem demorar mais;
- Divida as atividades mais longas em fases ou etapas, para que os formandos que terminem cedo não fiquem à espera e os que precisam de mais ajuda recebam o feedback necessário;
- Reserve tempo para fazer um balanço (debriefing) e identificar resultados no final da atividade para garantir que os formandos recebem feedback seu e/ou dos seus pares.

---

## **MINISTRAR O CURSO DE FORMAÇÃO**

---

### **ENVOLVER OS FORMANDOS NO PROCESSO DE FORMAÇÃO**

O envolvimento dos formandos é um fator crítico de sucesso na formação corporativa. O envolvimento refere-se à participação ativa, voluntária e motivada do formando ao longo do processo de formação. Formandos envolvidos investem tempo e esforço, participam em discussões, completam tarefas de forma eficaz e aplicam o que aprendem.

O envolvimento não deve ser confundido com entretenimento. Embora o humor possa apoiar a atenção e a memória, não é suficiente por si só. O verdadeiro envolvimento é impulsionado pela motivação interna e pela relevância.

#### **Compreender os Formandos Adultos**

Os formandos adultos:

- Têm múltiplos compromissos profissionais e pessoais
- Trazem experiências e expectativas diversas
- Podem sentir-se distraídos, aborrecidos ou resistentes devido a experiências de aprendizagem passadas

Os formandos adultos sentem-se mais motivados quando:

- A aprendizagem é autodirigida e exploratória
- O conteúdo é curto, prático e relevante
- O feedback e o incentivo são fornecidos regularmente



## CONCEBER FORMAÇÃO PARA O ENVOLVIMENTO

Não existe uma fórmula única para o envolvimento, mas os programas de formação eficazes baseiam-se nos seguintes princípios:

### Pilares Chave da Formação Envolvente

- **Curva de Aprendizagem:** Uma cultura de aprendizagem forte aumenta o impacto a longo prazo
- **Conteúdo Envolvente:** Material interativo, criativo e claramente estruturado.
- **Acessibilidade:** Métodos de entrega inclusivos e conteúdos compreensíveis.
- **Reforço:** Oportunidades para aplicar a aprendizagem além da sala de aula.
- **Abordagem Baseada em Necessidades:** Alinhamento entre as necessidades do formando e os objetivos organizacionais.

### Ações Práticas para Formadores

Os formadores devem:

- Analisar as necessidades dos participantes e as lacunas de competências
- Definir objetivos de aprendizagem claros
- Explicar a relevância e os benefícios da formação
- Reconhecer e valorizar a participação do formando
- Personalizar o conteúdo e utilizar abordagens criativas
- Integrar métodos de aprendizagem mista (e-learning, gamificação, aprendizagem móvel e social)
- Incentivar a interação através de fóruns e discussões de grupo
- Conceber experiências de aprendizagem ativa
- Encorajar a experimentação e a aprendizagem com os erros
- Utilizar o storytelling para aumentar o envolvimento emocional



## **CRIAR UM AMBIENTE DE APRENDIZAGEM POSITIVO**

Um ambiente de aprendizagem positivo faz com que os participantes se sintam seguros, valorizados e motivados, fomentando a participação e a colaboração.

### **1. Ambiente Material de Aprendizagem**

O ambiente material inclui espaços de aprendizagem físicos e digitais. Os formadores devem garantir:

- Salas de formação adequadas e confortáveis
- Equipamento técnico funcional
- Espaços de aprendizagem híbridos ou online bem preparados

### **2. Clima de Aprendizagem**

O clima de aprendizagem refere-se à atmosfera emocional e social onde a aprendizagem ocorre. Um clima positivo aumenta a motivação, a confiança e a cooperação.

O Modelo PERMA de Seligman é uma estrutura útil que destaca cinco elementos do bem-estar:

- Emoções Positivas: Incentivadas através da gratidão e reflexão positiva
- Envolvimento: Fomentado através do foco, "flow" (fluxo), discussões e desafios
- Relacionamentos Positivos: Construídos através de quebra-gelos e atividades de trabalho em equipa
- Significado: Criado ao ligar a aprendizagem aos valores e pontos fortes pessoais
- Realização: Alcançada através de objetivos claros e realistas



## DESENVOLVER SOFT SKILLS E COMPETÊNCIAS GESTIONÁRIAS

As **hard skills** são as competências e conhecimentos específicos do trabalho que todos precisamos para desempenhar uma função, que podem ser adquiridos e melhorados através de programas de educação e formação. São tipicamente competências quantificáveis que podem ser facilmente definidas e avaliadas.

As **soft skills**, pelo contrário, são definidas como um grande grupo de características intra e interpessoais de autoconhecimento, autogestão, atitude, disposição e personalidade necessárias para o bem-estar pessoal e, conseqüentemente, para o sucesso no trabalho..

Embora não exista uma lista única, as soft skills dividem-se em três grupos principais:

**Competências Pessoais:** capacidade de aprendizagem, tolerância ao stress, ética de trabalho, autoconsciência, compromisso, equilíbrio de vida, criatividade e inovação.

**Competências Sociais:** comunicação, trabalho em equipa, networking, negociação, gestão de conflitos, liderança, adaptabilidade a culturas.

**Competências de Conteúdo/Metodológicas:** ex. orientação para o cliente/utilizador, melhoria contínua, adaptabilidade à mudança, resultados, competências analíticas e de tomada de decisão, competências de gestão, investigação e gestão da informação.



## SOFT SKILLS ESSENCIAIS NA FORMAÇÃO E NO LOCAL DE TRABALHO

### Autoconhecimento e Autoconfiança

O autoconhecimento permite compreender pontos fortes, fracos, motivações e limitações, apoiando a autoconfiança, a resiliência e o crescimento profissional. Os formadores devem encorajar a introspeção e normalizar a imperfeição e a aprendizagem através da falha.

### Consciência e Regulação Emocional

- A consciência emocional envolve reconhecer e compreender as emoções
- A regulação emocional envolve gerir as respostas emocionais de forma construtiva Juntas, formam a inteligência emocional, essencial para interações eficazes e liderança no trabalho

Together, they form **emotional intelligence**, which is essential for effective workplace interactions and leadership.

### Trabalho em Equipa

Permite colaborar eficazmente para objetivos comuns. Os formadores devem promover a cooperação, adaptabilidade, apoio mútuo e feedback construtivo.

### Comunicação e Assertividade

A comunicação eficaz inclui elementos verbais e não verbais e deve ser adaptada ao público e ao contexto. A assertividade permite expressar necessidades e opiniões de forma respeitosa, sendo essencial para a negociação, liderança e colaboração.



## O FORMADOR COMO LÍDER E FACILITADOR

O papel do formador vai além da entrega de conteúdos. Os formadores atuam como líderes e facilitadores, guiando a dinâmica do grupo e os processos de aprendizagem.

### Características Chave de Liderança dos Formadores

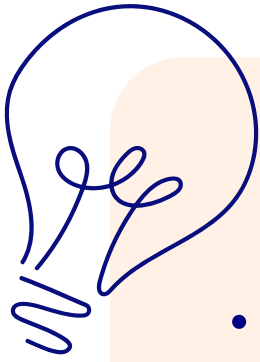
- Espontaneidade e adaptabilidade
- SAutoconfiança e credibilidade
- Estilo de comunicação claro
- Aceitação de erros
- Compromisso com a aprendizagem contínua

### Comportamento do Formador na Prática

Os formadores devem:

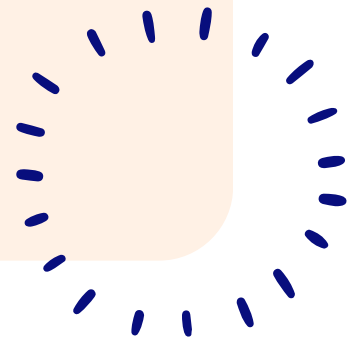
- Atuar como facilitadores em vez de conferencistas
- Incentivar a interação dos participantes
- Alinhar a comunicação verbal e não verbal
- Participar como membro do grupo quando apropriado
- Gerir o tempo com respeito
- Observar e guiar o trabalho de grupo subtilmente
- Permitir espaço para reflexão e feedback





### **Qualidades de um bom formador**

- Competência
- Credibilidade
- Método
- Capacidade de desfrutar
- Conhecimento dos objetivos
- Envolvente
- Paixão
- Desejo de melhorar
- Fazer juntos
- Criatividade
- Observação
- Competências analíticas
- Disponibilidade
- Consciente dos limites do seu ofício
- Honestidade intelectual
- Preparação



---

## MODULO 1

---

### **Reputação corporativa orientada para o mercado**

Este módulo oferece uma visão abrangente de como a dinâmica do mercado, as percepções dos clientes e o posicionamento competitivo influenciam a reputação corporativa. A reputação orientada para o mercado refere-se à forma como a reputação de uma empresa é moldada e influenciada pela sua posição no mercado, pelas percepções dos clientes e pelo ambiente competitivo global. É desta forma que as empresas gerem a sua imagem, marca e percepção do público com o objetivo de atrair a atenção para o mercado-alvo e construir confiança entre os consumidores.

Os participantes irão:

- Compreender os princípios fundamentais da reputação baseada no mercado.
- Examinar o impacto da liderança e da cultura interna na imagem externa.
- Aprender a avaliar a influência da reputação no desempenho do negócio.
- Descobrir ferramentas e técnicas práticas para fortalecer e sustentar a credibilidade no mercado.



---

## MODULO 1

---

### Objetivos de aprendizagem:

- Compreender os fundamentos da reputação baseada no mercado;
- Explorar o papel da liderança e da cultura corporativa interna na formação da reputação de mercado;
- Aprender a medir o impacto da reputação nos resultados do negócio;
- Identificar ferramentas e técnicas para manter uma reputação positiva.

### Métodos de aprendizagem:

- Apresentação de casos de estudo reais de empresas;
- Discussões em grupo e workshops;
- Exercícios práticos para simular a criação, monitorização e gestão de um plano estratégico de reputação para a empresa escolhida.

**[Link para a plataforma de e-learning](#)**  
**(MOOC)**



---

## MODULO 1

---

### Resultados esperados:

- Conhecimento sobre como construir uma marca reconhecível e digna de confiança;
- Capacidade de implementar estratégias que garantam uma abordagem de gestão da reputação centrada no cliente;
- Medição do impacto dos esforços de RSE (Responsabilidade Social Empresarial) na reputação da marca;
- Capacidade de recolher dados e informações para moldar estratégias de gestão da reputação;
- Conhecimento de como as parcerias com influenciadores podem melhorar a perceção da marca.

### ATIVIDADES DE APRENDIZAGEM BASEADAS NUM CASO DE ESTUDO

Um caso de estudo é uma atividade útil para analisar e inspirar-se num cenário que já foi vivenciado e que também poderia ocorrer na própria organização.

- Apresentar aos alunos um problema a resolver ou um caso de estudo que reflita uma questão atual no campo da reputação online.

### Duração sugerida:

3 horas de formação teórica e 2 horas de reflexão/atividades



---

## MODULO 2

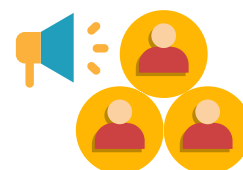
---

### Reputação Empresarial em Relações Públicas

Focando-se no uso estratégico das relações públicas, este módulo explora como a comunicação molda a perceção da marca e a confiança. No ambiente acelerado e altamente conectado de hoje, a perceção pública pode mudar num instante - tornando a comunicação eficaz mais vital do que nunca. As Relações Públicas (RP) desempenham um papel central na formação, manutenção e, por vezes, na restauração da reputação de uma empresa. O Módulo 2 explora os fundamentos e as funções estratégicas das RP num contexto empresarial, com foco no envolvimento dos stakeholders e na comunicação de crise. Através de uma mistura de visão teórica e aplicação prática, os participantes aprenderão a elaborar mensagens transparentes e éticas, a envolver-se significativamente com os públicos e a navegar em situações desafiantes com confiança.

Os participantes irão:

- Aplicar técnicas de RP para fortalecer o relacionamento com os stakeholders.
- Desenvolver abordagens estruturadas para gerir a reputação durante crises.
- Adotar as melhores práticas para uma comunicação ética, transparente e consistente.



## EXEMPLOS DE BOAS PRÁTICAS POR PAÍS

Nome	Descrição	Observação sobre a Reputação
<p><b><u>Caffé Corsini</u></b></p> 	<p>Fundada em 1950 em Arezzo, Toscana, é uma empresa de café histórica conhecida pela inovação. Foi o primeiro café italiano a receber o selo DOC e a certificar a origem na embalagem, e o primeiro em Itália a eliminar as emissões de partículas atmosféricas. Há mais de 70 anos que se mantém consistentemente à frente dos concorrentes.</p>	<p>Lidera a inovação do café italiano desde 1959, sendo pioneira na produção moderna, no primeiro café DOC de Itália com rotulagem de origem (1987), em práticas ecológicas (2012) e formação profissional através da sua Academia (2005). Em 2021, associou-se ao Grupo Melitta, mantendo o foco na qualidade, sustentabilidade e inovação.</p>
<p><b><u>Valérius</u></b></p> 	<p>Com sede em Barcelos, produz vestuário de gama média a alta com um forte foco na exportação e colaborações com grandes marcas globais como H&amp;M, Moschino e Max Mara. Em 2019, lançou o projeto Valérius 360°, de 9,9 milhões de euros, para promover práticas de economia circular através da reutilização de resíduos têxteis.</p>	<p>Reconhecida pela inovação e sustentabilidade, vencendo o Prémio PwC Scale Up 2018. O projeto Valérius 360° visa reduzir o impacto ambiental e promover a economia circular, com o objetivo de atingir a neutralidade carbónica até 2030.</p>
<p><b><u>Carpo</u></b></p> 	<p>Fundada em Atenas em 1991, especializa-se na importação, processamento e embalagem de frutos secos. Possui uma unidade de produção moderna e expandiu-se para o retalho com a sua "Experiência dos 5 Sentidos". Opera atualmente oito lojas entre Atenas e Londres.</p>	<p>Reconhecida pela qualidade, autenticidade e uma experiência de retalho multissensorial centrada no cliente. Ao combinar comida gourmet com um design de loja luxuoso e imersivo, a marca promove as tradições alimentares mediterrânicas.</p>

---

## MODULO 2

---

### OBJETIVOS

- Fornecer uma compreensão dos princípios e do papel das RP na construção da reputação empresarial.
- Desenvolver estratégias de comunicação para um envolvimento eficaz dos stakeholders.
- Learn crisis management techniques to protect and restore reputation.

Metodologias de aprendizagem para este módulo:

- Ler e compreender textos para construir uma base teórica sólida em RP.
- Analisar cenários de RP para aplicar conceitos a situações do mundo real e desenvolver competências de pensamento crítico.
- Realizar questionários para avaliar conhecimentos, receber feedback imediato e reforçar a retenção de conceitos-chave.

### COMPETÊNCIAS

- Desenvolver competências sólidas de RP e gestão de reputação para aumentar a credibilidade do negócio e a confiança dos stakeholders.
- Obter uma compreensão mais profunda da comunicação de crise para identificar riscos, responder estrategicamente e restaurar a reputação.
- Melhorar o envolvimento dos stakeholders através de mensagens personalizadas e canais de comunicação eficazes, promovendo relações de longo prazo e fidelidade à marca.



---

## MODULO 2

---

### ATIVIDADES DE APRENDIZAGEM BASEADAS EM

#### EXERCÍCIO DE APRENDIZAGEM BASEADA EM PROBLEMAS

Os participantes assumem o papel de profissionais de relações públicas que enfrentam desafios realistas de reputação, tais como conflitos com partes interessadas, escrutínio mediático ou crises organizacionais. Analisam o problema para identificar riscos de reputação, partes interessadas fundamentais, falhas de comunicação e questões éticas. Utilizando teorias de RP e estruturas estratégicas, os participantes desenvolvem e justificam uma estratégia de resposta estruturada, incluindo mensagens transparentes, canais de comunicação adequados, envolvimento das partes interessadas e ações de gestão de crises. O exercício termina com reflexão e discussão, permitindo aos participantes avaliar as suas estratégias e fortalecer a sua capacidade de gerir a reputação empresarial através de relações públicas eficazes.

#### **Duração sugerida:**

3 horas de formação teórica &  
2 horas de reflexão/atividades

[Link para a plataforma de e-learning.\(MOOC\)](#)



---

## MODULO 3

---

### **Estratégias de Reputação Online e Credibilidade**

Na era digital, a reputação é moldada em grande parte online. No mundo hiperconectado de hoje, a reputação online de uma empresa pode ditar o seu sucesso ou fracasso – especialmente para pequenas e médias empresas (PME) e start-ups. Graças ao crescimento das redes sociais, avaliações digitais e visibilidade nos motores de busca, a perceção pública é moldada em tempo real, muitas vezes sem o envolvimento direto da empresa. Este módulo dota os participantes com as competências necessárias para monitorizar, proteger e melhorar a sua presença digital.

Os participantes irão:

- Aprender técnicas de monitorização de redes sociais e estratégias de resposta eficazes.
- Abordar os desafios das notícias falsas, feedback negativo e crises online.
- Explorar táticas de construção de credibilidade para o envolvimento digital e confiança a longo prazo.



---

## MODULO 3

---

### Objetivos de Aprendizagem

A reputação já não é apenas uma questão de RP; é uma componente vital da estratégia de negócio global de uma empresa. Este módulo é adaptado para ajudar as PME a construir identidades online sustentáveis e dignas de confiança que se traduzam em sucesso no mundo real.

Em particular, este módulo irá:

- Explorar estratégias essenciais para monitorizar, gerir e melhorar a reputação online e a credibilidade;
- Dotar os participantes de conhecimentos e competências para gerir eficazmente a sua reputação online;
- Capacitar os participantes para construir a sua credibilidade no panorama digital;
- Apoiar os proprietários de PME na proteção da presença online da sua empresa;
- Permitir que os participantes garantam que os objetivos de negócio estão alinhados com as expectativas das partes interessadas.



---

## MODULO 3

---

### **Métodos de Aprendizagem:**

- Um método de aprendizagem mista de estrutura teórica e prática;
- Workshops interativos;
- Estudos de caso;
- Questionários.

### **Resultados esperados:**

Ao final deste módulo, os participantes serão capazes de:

- Compreender a importância da reputação online e o seu impacto no sucesso do negócio;
- Identificar componentes-chave que contribuem para uma reputação online positiva;
- Implementar estratégias para monitorizar e gerir avaliações e feedback online;
- Desenvolver e executar planos para construir e manter a credibilidade junto das partes interessadas.



---

## MODULE 3

---

### ATIVIDADES DE APRENDIZAGEM BASEADAS EM

#### EXERCÍCIO DE APRENDIZAGEM BASEADA NA EXPERIÊNCIA



A Aprendizagem Baseada na Experiência imerge os alunos em cenários de reputação realistas. Os alunos analisam uma situação digital real ou simulada – como avaliações de clientes, feedback em redes sociais ou resultados de pesquisa – e aplicam os conceitos do curso para identificar desafios e oportunidades de reputação. Em seguida, desenvolvem e propõem estratégias para enfrentar riscos reputacionais, fortalecer a presença positiva e responder de forma eficaz ao feedback das partes interessadas. Através da aplicação prática e reflexão, os alunos constroem competências práticas na gestão e proteção da reputação online em contextos do mundo real.

#### **Duração sugerida:**

3 horas de formação teórica &  
2 horas de reflexão/atividades

[Link para a plataforma de e-learning \(MOOC\)](#)



---

## DICAS DE FACILITAÇÃO

---

### **Formação online**

Os avanços na tecnologia criaram novas oportunidades para a educação e aprendizagem. As ferramentas digitais podem apoiar o ensino ao melhorar os métodos de instrução tradicionais. Hoje, a educação inclui cada vez mais componentes online, uma mudança que foi rapidamente acelerada pelo encerramento de escolas e universidades durante a pandemia. Consequentemente, alunos e formandos tiveram de reforçar as suas competências digitais para alcançar o sucesso.

A aprendizagem online pode aumentar a motivação do aluno, melhorar a interação nas lições e apoiar o estudo independente eficaz. Também permitiu o desenvolvimento de abordagens de ensino inovadoras, tais como o e-learning e a aprendizagem mista. No entanto, estas abordagens exigem novas aptidões e competências, e muitos formadores atuais podem ainda não estar totalmente familiarizados com elas.

### **Dicas para melhorar a formação online**

1. Gravar as lições, quando possível
2. Encurtar as apresentações
3. Procurar recursos gratuitos
4. Recolher feedback dos alunos
5. Priorizar contactos pessoais



---

## DICAS DE FACILITAÇÃO

---

### Formação presencial

A formação presencial foi amplamente interrompida durante a pandemia de Covid-19. No entanto, esta abordagem está agora a viver um ressurgimento, uma vez que foi aperfeiçoada ao longo de décadas e continua a oferecer muitos benefícios. Uma das vantagens mais significativas é a interação humana direta entre formador e aluno. A presença física, o tom de voz e os gestos de um formador eficaz contribuem para uma comunicação mais clara e envolvente e ajudam os alunos a reter melhor a informação apresentada. Outro benefício fundamental é a oportunidade de interação imediata, permitindo aos alunos fazer perguntas durante a sessão. Este intercâmbio direto leva muitas vezes a níveis mais elevados de envolvimento em comparação com a formação online

#### Dicas para melhorar a formação presencial

- Criar um projeto detalhado para seguir
- Preparar diapositivos eficazes para evitar que os alunos percam a atenção apenas a ouvir
- Estar ciente das técnicas de comunicação



## Uso da plataforma de e-learning

A aprendizagem online remodelou a formação internacional ao remover barreiras geográficas e permitir que os alunos progridam ao seu próprio ritmo. Esta mudança incentivou o crescimento de cursos online abertos de larga escala (MOOCs), que estão disponíveis para qualquer pessoa com acesso à internet e contribuíram para a expansão e melhoria das oportunidades de educação e formação.

### VANTAGENS E DESVANTAGENS DA FORMAÇÃO ONLINE

Oferece maior flexibilidade no agendamento da formação para os formandos

A interação social limitada pode dificultar a coesão e a ligação do grupo, tornando mais difícil para os formadores avaliar o bem-estar emocional e psicológico dos formandos, e levando potencialmente a sentimentos de isolamento ou motivação reduzida.

Permite uma avaliação rápida do conhecimento e progresso de aprendizagem dos formandos

Os materiais de aprendizagem podem ser excessivamente focados no conteúdo e menos envolventes, com menos oportunidades para trabalho em par ou grupo

Reduz as despesas administrativas e de viagem tanto para alunos como para prestadores de formação

Questões técnicas e competências TIC insuficientes podem limitar a participação plena

Facilita a expansão do acesso à formação para um maior número de aprendizes

Requer um elevado nível de autodisciplina e motivação por parte dos alunos



## Utilização da plataforma de e-learning




### Objetivo

O MOOC (Massive Open Online Course) RepUtAction foi concebido para complementar o currículo do projeto, oferecendo um ambiente de aprendizagem aberto, flexível e interativo. Apoia pequenas empresas e start-ups no reforço da sua reputação corporativa, na construção de uma forte confiança dos clientes e no alcance do sucesso no mercado digital altamente competitivo de hoje.

Ao colmatar lacunas nos métodos tradicionais de formação, o ReputAction Learning Hub garante que os alunos possam fortalecer as suas competências em áreas como a gestão da reputação corporativa, a construção da confiança dos clientes e o marketing digital, permitindo estratégias mais eficazes



Username

Password  

[Log in](#)

[Lost password?](#)


---

**Is this your first time here?**

For full access to this site, you first need to create an account.

[Create new account](#)

---

English (en)  [Cookies notice](#)



## Utilização da plataforma de e-learning

Here you will find:



A Complete Training Curriculum On Reputation Management.



The Self-Assessment Tool To Evaluate Your Company's Readiness.

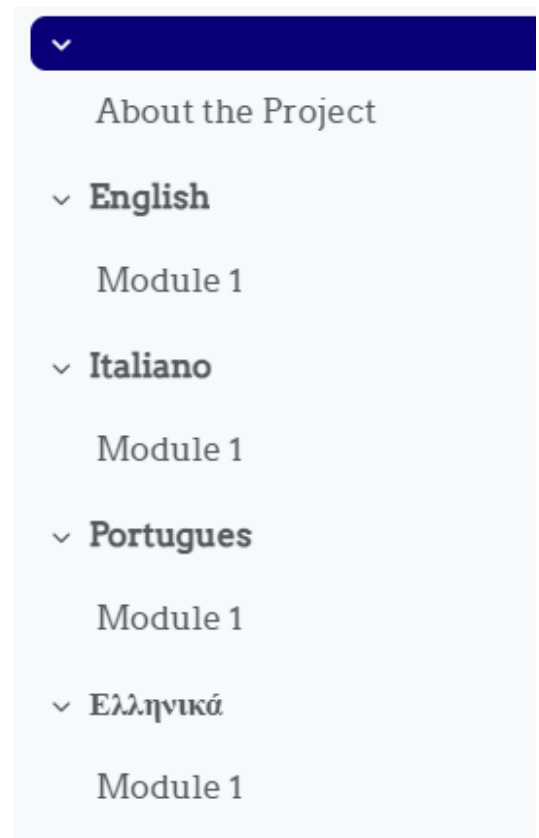


Free Resources And Best Practices From Across The EU.

### Funcionalidades

O MOOC incorpora uma variedade de funcionalidades para melhorar a experiência de aprendizagem:

- **Módulos:** Cursos estruturados que abrangem tópicos essenciais, tais como reputação corporativa, relações públicas e estratégias de credibilidade online.
- **Estudo de Caso:** Uma análise aprofundada de um cenário do mundo real utilizado para aprendizagem e resolução de problemas.
- **Atividades:** Exercícios interativos que reforçam a aprendizagem através da prática no mundo real.
- **Acessibilidade:** Uma plataforma inclusiva que oferece múltiplas opções de idiomas, navegação fluida e suporte para tecnologias de apoio.



## **Integração**

Para alcançar o maior impacto, o MOOC é adequado tanto para formatos de aprendizagem independentes como combinados (blended learning). Os formadores podem incorporar os seus módulos em sessões de sala de aula, utilizando o conteúdo para apoiar discussões ou trabalhos. Para alunos individuais, constitui um recurso de autoaprendizagem para complementar a formação presencial ou para servir como a principal ferramenta de aprendizagem quando a formação tradicional não está acessível. Os prestadores de VET (Educação e Formação Profissional) são incentivados a combinar o MOOC com ferramentas digitais, como a ferramenta de Autoavaliação RepUtAction.

## **Benefícios**

TO ReputAction Learning Hub oferece aos formadores um recurso valioso, com conteúdos prontos a usar e baseados em investigação, alinhados com os objetivos do projeto, ajudando a poupar tempo de preparação e a melhorar a eficácia da formação. Os alunos desfrutam de uma estrutura flexível que lhes permite aprender ao seu próprio ritmo, rever lições quando necessário e aceder aos materiais online. Com ênfase em aplicações práticas e reais, a plataforma capacita tanto formadores como alunos a implementar estratégias que melhorem a reputação corporativa, promovam a confiança dos clientes e alcancem o sucesso no competitivo panorama digital atual.

**Link para o MOOC:**  
[e-learning.platform](#)



## Utilização da ferramenta de Autoavaliação RepUtAction

### Objetivo

A Ferramenta Digital de Autoavaliação RepUtAction foi concebida para ajudar líderes de micro e pequenas empresas e start-ups a avaliar a prontidão da sua organização para a reputação corporativa. Ao oferecer um processo de avaliação estruturado e fácil de usar, a ferramenta permite que proprietários e gestores identifiquem pontos fortes e áreas de melhoria, implementem ações direcionadas e melhorem continuamente as suas práticas comerciais. Com foco em informações práticas e aplicáveis, a ferramenta apoia as empresas na construção de reputações mais fortes, ganhando a confiança dos clientes e alcançando o sucesso sustentável.



### How solid is your company's reputation? Find out with our Digital Self-Assessment Tool!

Corporate reputation is a fundamental strategic asset for the success of any business, big or small. Are you sure you're making the most of it?

With this interactive quiz, you can measure your company's preparedness in reputation management, discover strengths and identify areas for improvement. It only takes a few minutes to answer 15 targeted questions and get an evaluation of your level: **Bronze**, **Silver** or **Gold**.

**And that's not all!** In addition to your score, you will receive personalized training suggestions to strengthen your reputation strategy and improve your market positioning, public relations and online credibility.

💡 Start the quiz now and discover your **RepUtAction Badge!**

Start the quiz



Co-funded by  
the European Union

## Self-Assessment Tool → 🔒



The Self-Assessment Tool to evaluate your company's readiness.

Teacher: Admin User

## Funcionalidades

Esta ferramenta digital inovadora guia os utilizadores através de uma avaliação passo a passo da sua prontidão em termos de reputação corporativa, por meio de um inquérito. Em poucos minutos e com 15 perguntas direcionadas, os líderes podem medir a preparação da sua empresa e receber uma avaliação do seu nível. A ferramenta está integrada na plataforma de e-learning ReputAction, permitindo que os utilizadores revisitem módulos de formação e reforcem os seus conhecimentos. Além disso, acompanha o progresso ao longo do tempo, ajudando as empresas a monitorizar o impacto das ações implementadas e a refinar continuamente as suas estratégias de reputação.

Os beneficiários incluem líderes de PME que participam ativamente no projeto, prestadores de VET que incorporam o currículo de formação e organizações como empresas de consultoria, associações de PME e câmaras de comércio, que podem utilizar a ferramenta para fornecer aconselhamento inovador sobre reputação corporativa às PME da UE.

**[Link para a Ferramenta Digital:](#)**  
**[abrir ferramenta](#)**



## Aplicação

Os líderes de PME podem integrar a Ferramenta Digital de Autoavaliação RepUtAction na sua estratégia de negócio e em iniciativas de gestão de reputação. Pode ser utilizada para avaliar a prontidão da reputação corporativa, orientar discussões de liderança e desenvolver ações de melhoria direcionadas. Quer seja aplicada durante reuniões de gestão, sessões de estratégia ou revisões com partes interessadas (stakeholders), a ferramenta fornece informações aplicáveis que ajudam os líderes a tomar decisões informadas para fortalecer a reputação e o posicionamento de mercado da sua empresa.

## Benefícios

Ao utilizar a Ferramenta Digital de Autoavaliação RepUtAction, os líderes de PME podem criar planos de ação eficazes que levam a melhorias mensuráveis na reputação corporativa. As informações geradas permitem que as empresas implementem estratégias direcionadas, construam a confiança dos clientes e melhorem o desempenho organizacional global. A longo prazo, a promoção de uma reputação sólida pode levar a um aumento da lealdade dos clientes, à melhoria das relações com as partes interessadas e a fatores de negócio mais competitivos e resilientes para o sucesso sustentado.

**[Link para a Ferramenta Digital](#)**





---

## CONCLUSÃO

---

O **Guia Aberto para Prestadores de VET** pode ser utilizado como um recurso abrangente para integrar a gestão da reputação corporativa nos currículos de educação e formação profissional (VET). Através da sua abordagem estruturada, fornece aos prestadores de VET as ferramentas, metodologias e estratégias necessárias para responder às necessidades em evolução dos líderes de pequenas empresas e das suas empresas. Ao focar-se em estratégias de reputação orientadas para o mercado, relações públicas e credibilidade online, este guia dota os formadores e educadores com os recursos para desenhar programas de formação mais envolventes, adaptáveis e eficazes.

O **projeto RepUtAction** reconhece que a reputação corporativa é um fator crítico na promoção da confiança, credibilidade e sucesso comercial a longo prazo. À medida que as PME enfrentam desafios crescentes em mercados competitivos e dinâmicos, a necessidade de estratégias estruturadas de gestão de reputação nunca foi tão grande. Construir e proteger uma reputação corporativa sólida é um processo contínuo – que exige aprendizagem, reflexão e aplicação prática constantes. Este guia fornece a base necessária para dotar os líderes de pequenas empresas com as competências e conhecimentos necessários para melhorar a sua reputação, garantindo resiliência, competitividade e crescimento sustentável.

---

## FONTES ADICIONAIS

---

- Alabi, M. (2024). Experiential Learning: Fostering Deep Learning through Active Engagement. [online] Research Gate. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/385684343\\_Experiential\\_Learning\\_Fostering\\_Deep\\_Learning\\_Through\\_Active\\_Engagement](https://www.researchgate.net/publication/385684343_Experiential_Learning_Fostering_Deep_Learning_Through_Active_Engagement).
- Berkeley.edu. (2025). Active Learning | Center for Teaching & Learning. [online] Available at: <https://teaching.berkeley.edu/teaching-strategies/teaching-your-course/active-learning>
- Bonwell, C.C. and Eison, J.A. (1991). Active Learning: Creating Excitement in the Classroom. ASHE-ERIC Higher Education Report No. 1.
- Brame, C. (2016). Active Learning. Vanderbilt University Center for Teaching.
- Walker, A., Leary, H., HmeloSilver, C.E. and Ertmer, P.A. (2015). Front Matter. In: Essential Readings in Problem-Based Learning. [online] Purdue University Press, pp.i-ii

---

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e opiniões expressos são, no entanto, apenas os do(s) autor(es) e não refletem necessariamente os da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser responsabilizadas por elas.

