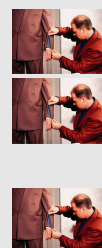


REFERENCIAL DE FORMAÇÃO

EM VIGOR



Área de Educação e Formação

542 . Indústrias do Têxtil, Vestuário, Calçado e Couro

Código e Designação do Referencial de Formação

542291 - Técnico/a Especialista em Comércio Moda

Nível de Qualificação do QNQ: 5

Nível de Qualificação do QEQ: 5

Modalidades de Educação e Formação

Cursos de especialização tecnológica – CET

Total de pontos de crédito

106,50

Publicação e atualizações

Publicado no Boletim do Trabalho do Emprego (BTE) nº 27 de 22 de julho de 2011 com entrada em vigor a 22 de julho de 2011.

Observações

1. Perfil de Saída

Descrição Geral

Preparar, planificar e executar diversas tarefas no âmbito das vendas de produtos/serviços em empresas industriais têxteis, de vestuário e/ou empresas de distribuição de produtos moda.

Atividades Principais

- Participar na elaboração da estratégia e planos de marketing e comercial da empresa.
- Executar o planeamento comercial de visitas/contactos com clientes.
- Vender de produtos têxteis e de vestuário.
- Efectuar a assistência pós-venda a clientes, nomeadamente acompanhamento da implementação dos produtos e a análise e encaminhamento das sugestões/reclamações.
- Participar em feiras e outros eventos envolvendo clientes.
- Efectuar o Interface entre clientes e o departamento de desenvolvimento de produto da empresa
- Elaborar relatórios com base em pesquisa de informação relativos a novos materiais, produtos e à evolução dos mercados

2. Organização do Referencial de Formação

Formação Geral e Científica

Código		UFCD	Horas
5768	1	Inglês em contexto socioprofissional	25
7122	2	Estatística descritiva	25
7123	3	Técnicas da comunicação aplicadas à área comercial	25
5145	4	Comportamento humano nas organizações	25
7124	5	Direito e ética comercial	50

Total de Pontos de Crédito da Formação Geral e Científica: 15,00

Formação Tecnológica

Código ¹		UFCD pré-definidas	Horas	Pontos de crédito
7125	1	Estruturas têxteis convencionais	50	4,50
2284	2	Princípios básicos de modelação	25	2,25
7126	3	Tecnologia do vestuário	50	4,50
5442	4	Métodos e práticas de negociação	50	4,50
1877	5	Marketing de moda	50	4,50
0392	6	Comércio eletrónico e e-business	25	2,25
7127	7	Introdução ao negócio da moda	25	2,25
7128	8	Logística e distribuição de moda	50	4,50
1054	9	Custeio e gestão orçamental	50	4,50
7129	10	Coleções têxteis	50	4,50
7130	11	Coleções de vestuário	50	4,50
1141	12	Qualidade e organização da produção	25	2,25
4901	13	Língua Inglesa - indústria têxtil	50	4,50
5278	14	Gestão de empresas e empreendedorismo	50	4,50
0335	15	Técnicas comerciais e de marketing	50	4,50
4320	16	Gestão e análise financeira	25	2,25
4565	17	Gestão de projeto	25	2,25
7000	18	Introdução aos têxteis técnicos e funcionais	50	4,50
7002	19	Projeto - conceptual	50	4,50
7131	20	Projeto - prototipagem - comércio de moda	50	4,50
Total da carga horária e de pontos de crédito da Formação Tecnológica:			850	76,50
Formação Prática em Contexto de Trabalho (Estágio)			560	15,00

¹ Os códigos assinalados a laranja correspondem a UFCD comuns a dois ou mais referenciais, ou seja, transferíveis entre referenciais de formação.

3. Desenvolvimento das Unidades de Formação de Curta Duração (UFCD)

3.1. Formação Geral e Científica

5758	Inglês em contexto socioprofissional	Carga horária 25 horas
Objetivo(s)	<ul style="list-style-type: none">• Aplicar conhecimentos da língua inglesa em contexto socioprofissional.• Ler e traduzir orientações técnicas, desenhos, normas e outros documentos técnicos no âmbito do contexto socioprofissional.• Utilizar a língua inglesa na produção de textos a nível oral e escrito, adequando-a ao contexto socioprofissional.• Utilizar a língua inglesa no âmbito das TIC.	
Conteúdos		
<ul style="list-style-type: none">• Língua inglesa no quotidiano socioprofissional• Terminologia técnica em língua inglesa no âmbito do contexto socioprofissional<ul style="list-style-type: none">◦ Aspectos formais do sistema linguístico inglês◦ Tradução e terminologia: entidades normalizadoras e o papel da terminologia nas comunidades profissionais◦ Tipos de textos associados ao contexto socioprofissional (ex.: normas nacionais/internacionais; manuais de instruções; estudos científicos/técnicos)• Língua inglesa e as novas tecnologias<ul style="list-style-type: none">◦ Terminologia associada a <i>software</i> utilizado no contexto socioprofissional (ferramentas linguísticas <i>on-line</i>; bases de dados; comunicação mista – videoconferências, <i>chatroom</i>)◦ Terminologia associada aos meios utilizados no contexto socioprofissional		

1122

Estatística descritiva

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Indicar numa distribuição a variável em estudo.
- Realizar recolhas de dados.
- Organizar e tratar os dados, elaborando e interpretando tabelas e/ou gráficos construídos a partir de dados iniciais.
- Interpretar criticamente as formas de representação gráfica.
- Definir a moda, a mediana e a média de distribuições com os dados agrupados ou não em classes e decidir qual delas representa melhor a distribuição.
- Aplicar o símbolo σ e as propriedades aditiva e homogénea.
- Aplicar as fórmulas do cálculo abreviado da variância e do desvio padrão.
- Interpretar em conjunto a média e o desvio padrão.
- Representar graficamente uma distribuição bidimensional, e indicar o ponto .
- Identificar em casos muito simples e nítidos, nuvens de pontos que traduzem correlações positivas/negativas, ou ausência de correlação.

Conteúdos

- Objecto da estatística - conceitos básicos
 - Objecto da Estatística
 - Indivíduo, população e amostra
 - Estatística descritiva e estatística indutiva
 - Variáveis estatísticas
- Organização e apresentação de dados
 - Fases do método estatístico
 - Análise gráfica de atributos qualitativos (gráfico circular, pictograma)
 - Distribuição de frequências e representação gráfica de variáveis discretas
- Tabelas
- Frequência absoluta e frequência relativa
- Gráfico de barras
- Tabelas de frequências acumuladas
 - Distribuição de frequências e representação gráfica de variáveis contínuas
- Tabelas
- Histograma
- Polígono de frequências
- Tabela de frequências acumuladas
- Histograma e polígono de frequências acumuladas
 - Diferentes representações gráficas
- Gráficos de barras/histogramas
- Diferentes tipos de gráficos
- Medidas de localização central
 - Média, moda/classe modal, mediana e quartis
 - Elaboração de diagramas de extremos e quartis
 - Considerações gerais sobre a média, a mediana e a moda
- Medidas de dispersão
 - Amplitude, variância, desvio padrão, amplitude interquartis
 - Interpretação do desvio padrão
- Distribuições bidimensionais
 - Diagrama de dispersão; dependência estatística e correlação positiva e negativa
 - Coeficiente de correlação e sua variação no intervalo
 - Definição de centro de gravidade de um conjunto finito de pontos; sua interpretação física
 - Recta de regressão: sua interpretação e limitações

7123

Técnicas da comunicação aplicadas à área comercial

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Aplicar técnicas de comunicação nas relações comerciais.
- Interpretar e produzir diferentes tipos de textos (linguagem corrente / técnica) nas relações comerciais.

Conteúdos

- Comunicação nas relações comerciais
 - Importância da comunicação
 - Análise do comportamento na relação com stakeholders
 - Melhoria do processo de comunicação
- Práticas de oralidade nas relações comerciais
 - Conversa
 - Colóquio
 - Mesa redonda
 - Reunião
 - Debate
- Práticas de escrita nas relações comerciais
 - Textos explicativos / descritivos
 - Textos Jornalísticos – notícia, texto de opinião
 - Publicidade
 - Texto argumentativo
 - Relatório
 - Convocatória
 - Acta
 - Carta / fax
 - Email
- Simulação de uma relação comercial

5145

Comportamento humano nas organizações

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Reconhecer a diferença como um elemento fundador e estruturador do desenvolvimento.
- Analisar as implicações do desenvolvimento científico e tecnológico nos modos de vida das populações.
- Utilizar métodos de recolha, seleção e organização da informação na análise da sociedade atual.

Conteúdos

- Viver em grupo
- Aprender a aprender
- Desafios da sociedade actual
- O cidadão do futuro
- Desenvolvimento científico e tecnológico
- Sociedade de consumo
- Globalização - mecanismos e efeitos

7124

Direito e ética comercial

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Identificar aspetos legais nas transações comerciais em termos de mercado nacional e estrangeiro.
- Aplicar códigos de ética e padrões deontológicos.
- Distinguir direito e ética.
- Reconhecer as principais fontes jurídicas que enquadram e norteiam a atividade comercial.
- Reconhecer as principais sanções no incumprimento dos preceitos legais.

Conteúdos

- Princípios fundamentais de direito e de ética comercial
- Normas deontológicas e profissionais nas transações comerciais
- Códigos de ética e padrões deontológicos no comércio
- Ética e transações comerciais
- Regulamentos legislativos inerentes a transações comerciais
- A globalização e as dimensões do comércio actual

3.2. Formação Tecnológica

7125

Estruturas têxteis convencionais

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Identificar e classificar as principais fibras utilizadas na indústria têxtil.
- Identificar as principais propriedades das fibras têxteis e suas aplicações.
- Identificar principais tipos de fios e processos de produção.
- Reconhecer os principais sistemas de numeração de fios.
- Caracterizar a influência dos fios nas estruturas têxteis.
- Caracterizar o processo de tecelagem.
- Identificar os principais tipos de teares.
- Identificar e caracterizar debuxos fundamentais de tecidos.
- Identificar principais propriedades de tecidos.
- Descrever os principais processos de obtenção de malhas.
- Caracterizar a tecnologia de produção de malhas, conhecendo o seu processo de fabrico.
- Reconhecer o funcionamento dos principais equipamentos utilizados no setor das malhas.
- Manusear equipamentos e tecnologias de produção de estruturas têxteis convencionais.
- Identificar e classificar os diversos tipos de malhas.
- Caracterizar o processo de entrançamento.
- Identificar os principais tipos e propriedades de entrançados.
- Produzir estruturas têxteis convencionais.
- Efectuar ensaios de controlo de qualidade específicos para estruturas têxteis convencionais.

Conteúdos

- Introdução às estruturas têxteis
 - Classificação das fibras têxteis
 - Métodos de identificação das fibras têxteis
 - Propriedades e Aplicações das fibras têxteis
 - Tipos de fios e Processos de produção
 - Propriedades e controlo de qualidade dos fios
 - Influência dos fios nas estruturas têxteis
- Tecidos
 - Conceitos gerais
 - Classificação de tecidos
 - Processo tecelagem
 - Classificação dos debuxos
 - Propriedades dos tecidos
- Malhas
 - Conceitos gerais
 - Tecnologias de malhas de trama
 - Teares circulares, Teares retos bancada em V, Outras tecnologias
 - Estruturas de malhas trama
 - Tecnologias de malhas teia
 - Teares raschel, Teares ketten, Outras tecnologias
 - Estruturas de malha teia
- Entrançados
 - Conceitos gerais
 - Processo de entrançamento
 - Estruturas de entrançados
 - Propriedades de entrançados

2284

Princípios básicos de modelação

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Aplicar técnicas básicas de modelação para a execução de moldes.
- Interpretar a tabela de medidas com as respetivas especificações.

Conteúdos

- Noções básicas de geometria
 - Linhas
 - Concordância de linhas
 - Ângulos
 - Figuras geométricas
- Ferramentas e materiais
 - Nomenclatura e função
 - Técnicas de utilização
- Conceitos básicos de moldes
 - Molde base
 - Transformação do molde base
 - Molde final
 - Tipos de costura e respetivos valores
 - Tipos de bainha e respetivos valores
- Medidas
 - Medidas anatómicas
 - Tabela de medidas
- Procedimentos básicos de modelação
 - Regras de sequência de procedimentos
 - Construção
 - Transformação
 - Gradação do molde base

7126

Tecnologia do vestuário

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Elaborar dossiers técnicos e identificar moldes e respetivo produto associado.
- Reconhecer tabelas de medidas nacionais e internacionais dos produtos.
- Calcular o consumo médio de um determinado artigo e respetivo custo em matérias-primas.
- Apresentar soluções aos clientes satisfatórias em custos e características dos produtos.
- Construir cadernos de encargos de produtos têxteis.
- Confeccionar peças de vestuário.

Conteúdos

- Tecnologia de vestuário na elaboração de dossiers técnicos
 - Estrutura de um dossier técnico
 - Características técnicas dos produtos no dossier técnico
 - Características comerciais dos produtos no dossier técnico
 - Elaboração de dossiers técnicos para concurso especiais
- Tecnologia de vestuário na modelagem
 - Modelagem manual e modelagem em CAD
 - Tabelas de medidas nacionais e internacionais dos produtos
 - Correspondência de tamanhos
 - Peças e produtos base: produto de senhora, produto de homem e produto de criança
 - Gradação de peças em função do país cliente
 - Modelagem de peças secundárias
 - Modelagem em empresas com e sem marca própria
- Tecnologia de vestuário no corte
 - Rendimentos associados a diversas categorias de produtos
 - Consumo associado a cada produto e fatores que influenciam o consumo: fator tecido e fator largura
- Tecnologia de vestuário na confecção
 - Aspectos gerais
 - Industrialização dos produtos de vestuário
 - Operações associadas a um determinado produto
 - Caderno de encargos para um determinado produto
- Produzir peças de vestuário

5442

Métodos e práticas de negociação

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Caracterizar a prática da negociação e da negociação coletiva e quaisos níveis de intervenção.
- Identificar as fases do processo de negociação, o papel da equipa negociadora e as estratégias e táticas de negociação.

Conteúdos

- A negociação – conceitos e tipos
 - Características da negociação
 - Etapas e complementaridade da negociação
- Preparação das negociações e definição de estratégias
 - Papel e poderes da equipa negocial
- Técnicas negociais
- Práticas simuladas: negociação e mediação

1877

Marketing de moda

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Definir *marketing*.
- Analisar comportamentos de consumo.
- Diferenciar segmentação e posicionamento.
- Enunciar as componentes do *marketing-mix* e sua inter-relação com o ciclo de moda.

Conteúdos

- Conceito de *marketing*
 - Definição do conceito
 - Evolução do conceito
- Comportamento do consumidor
 - Variáveis individuais e sociais
 - Processo de decisão de compra
- Grupos de consumidores
- Segmentação do Mercado
 - Identificação dos segmentos
 - Critérios de segmentação
- Posicionamento
- *Marketing-mix*
 - Produto e ciclo de moda
 - Marca
 - Preço
 - Distribuição
 - Comunicação

0392

Comércio eletrónico e e-business

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Caracterizar o comércio eletrónico e o *e-business*, identificando os aspetos inerentes à sua implementação.

Conteúdos

- Comércio electrónico
- Introdução ao comércio electrónico
- Novos relacionamentos comerciais com os clientes e as novas tecnologias de apoio
- *E-business*
- Principais características do *e-business*
- Implementar o *e-business* na *Internet*
- Segurança da informação no *e-business*
- Perspectivas futuras do *e-business*

7127

Introdução ao negócio da moda

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Caracterizar o enquadramento macroeconómico e social da Indústria Têxtil e do Vestuário (ITV) mundial.
- Reconhecer a importância da ITV Portuguesa na economia nacional.
- Caracterizar o funcionamento da cadeia de valor da ITV e suas relações comerciais.
- Identificar os principais fatores e players no negócio de moda internacional.
- Caracterizar uma análise swot aplicada à ITV.

Conteúdos

- Objectivos das empresas de moda
 - Funções da empresa
 - Produto, o design e o marketing
- Funcionamento da cadeia de valor – têxtil, confeção e distribuição
 - Modelos horizontal e vertical
 - Relações business-to-business (B2B) e business-to-consumer (B2C)
- Evolução histórica do negócio da moda – Sec. XX e XXI
 - Do alfaiate e modista à massificação da confeção
 - Da alta-costura ao prêt-à-porter de luxo
 - Ascensão e domínio da distribuição
 - Comércio internacional e a abolição de barreiras alfandegárias
- Principais players do negócio têxtil internacional
 - Quem detém o design, o marketing e as marcas e quem produz
 - Deslocalização e subcontratação da produção
- Negócio da moda e os números
 - Macroeconomia do negócio têxtil e vestuário nacional e internacional
 - Peso da faturação, das exportações e do emprego nas economias portuguesa e mundial
 - Análises SWOT da ITV nacional e internacional

7128

Logística e distribuição de moda

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Identificar metodologias de gestão centralizadas capazes de dar resposta às solicitações da evolução da mentalidade estratégica das organizações através da consolidação das suas competências ao nível logístico.
- Distinguir a relação entre a logística e a gestão da cadeia de abastecimento.
- Identificar ferramentas de planeamento num contexto de cadeias de abastecimento.
- Analisar as novas opções estratégicas que se colocam às organizações como membros de uma cadeia.

Conteúdos

- Logística e cadeia de abastecimento
 - Abordagem conceptual
 - Logística e gestão da cadeia de abastecimento
 - Desenvolvimento das atividades logísticas num contexto de cadeia de abastecimento
- Estratégia e gestão da cadeia de abastecimento
 - Decisões estratégicas
 - Estratégias de colaboração com fornecedores e clientes
 - Estratégias de Postponement
 - Desenvolvimento e implementação de estratégias de compras/procurement
 - Papel das tecnologias de informação enquanto enablers
 - Externalização das operações logísticas
- Organização e planeamento da cadeia de abastecimento no setor têxtil
 - Estratégias de colaboração com fornecedores e clientes
 - Time compression
 - Planeamento integrado da Supply Chain e gestão de stocks
 - Ferramentas de planeamento: ERP e APS
- Gestão da cadeia de abastecimento (scm) no setor têxtil
 - Funcionamento
 - Objectivos
 - Modelo de Gestão da SCM
 - Vantagens
 - A SCM do futuro
 - Rede logística

1054

Custeio e gestão orçamental

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Caracterizar custeio industrial.
- Caracterizar a gestão orçamental.
- Caracterizar os elementos fundamentais na gestão orçamental.
- Calcular os custos de mão-de-obra, gastos gerais, matérias-primas, sobras e subcontratações.
- Elaborar orçamentação por centro de custos.

Conteúdos

- Custeio industrial
 - Dimensão do custo
 - Custos diretos e indiretos
 - Custo primário ou de fabricação
 - Custo industrial ou de fabricação
 - Custo técnico - económico
 - Custos figurativos ou de oportunidade
 - Lucros líquido e puro
 - Custos fixos, semi-fixos e variáveis
 - Limiar da rentabilidade
 - Quantidade crítica de vendas
 - Custeio por encomenda ou por processo
 - Diferentes tipos de encomendas
 - Passos do sistema de custeio
 - Custeio pelo custo directo
- Gestão orçamental
 - Elementos de gestão orçamental
 - Definição dos elementos necessários à
 - Elaboração de um orçamento
 - Custos diretos/indiretos
 - Custos fixos/variáveis
 - Contabilidade dos custos
 - Elementos de gestão orçamental
 - Definição dos elementos necessários à
 - Elaboração de um orçamento
 - Custos diretos/indiretos
 - Custos fixos/variáveis
 - Contabilidade dos custos
- Orçamentação
 - Determinação do custo da mão-de-obra
 - Materiais/tabelas/preços
 - Sobras
 - Subcontratações
 - Gastos gerais
 - Elaboração de um orçamento
 - Cuidados a ter na elaboração de um orçamento
 - Como apresentar um orçamento
 - Aplicações informáticas de orçamentação
- Orçamentação por centro de custos
 - Centros de custos
 - Implementação de centros de custos numa empresa
 - Imputação dos custos

7129

Coleções têxteis

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Reconhecer as técnicas relativas à organização de uma coleção têxtil.
- Identificar tecidos e malhas base obrigatórios em todas as coleções e respetivos temas associados.
- Coordenar coleções para diferentes mercados e em função das culturas próprias de cada país.
- Gerir o número de produtos por coleção em função da informação do departamento comercial relativa a estações anteriores.
- Explicar a necessidade de inovar em cada coleção e criar valor acrescentado aos produtos.
- Explicar o funcionamento e importância das feiras de moda.
- Apresentar coleções aos clientes.
- Reconhecer a importância do serviço pós-venda dos tecidos ou malhas.

Conteúdos

- Posicionamento de empresas e marcas têxteis de sucesso no mercado
 - Posicionamento no mercado nacional
 - Posicionamento no mercado internacional
 - Inovação e design
 - Análise de casos de sucesso
 - Indústria da moda – Têxtil/Vestuário
- Mercado consumidor de têxteis
 - Empresas de confecção
 - Cadeias de distribuição
 - Diferentes grupos de consumidores finais
 - Fatores que influenciam os consumidores no ato da compra
- Desenvolvimento de coleções têxteis
 - Processo de desenvolvimento de coleções e as suas fases
 - Avaliação da coleção anterior
 - Pesquisa, interpretação e apreciação de tendências de moda – cores, matérias, fios, estruturas, padrões, acabamentos
 - Recolha de informação de clientes
 - Selecção de produtos básicos e produtos moda
 - Coordenação de tecidos ou malhas
 - Adequação de tecidos ou malhas à aplicação
 - Plano da coleção
 - Desenvolvimento técnico de fios, telas, padrões (ligamento e cor) e acabamentos
 - Avaliação
 - Desenvolvimento de protótipos – amostras
 - Elaboração de cartazes
 - Produção da coleção
 - Apresentação das coleções aos vendedores e clientes
 - Apresentação direta aos clientes
 - Apresentação em feiras nacionais e internacionais
 - A promoção das coleções e marcas
 - Reestruturação e atualização das coleções em função da análise das suas concorrentes diretas e da opinião dos vendedores e clientes
- Serviço pós-venda
 - Acompanhamento técnico da aplicação dos tecidos e malhas

7130

Coleções de vestuário

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Identificar as técnicas relativas à organização de uma coleção de vestuário.
- Coordenar coleções para diferentes mercados e em função das culturas próprias de cada país.
- Gerir o número de peças/produtos por coleção em função informação do departamento comercial das estações anteriores.
- Inovar em cada coleção e criar valor acrescido aos produtos.
- Desenvolver campanhas de divulgação das marcas direcionadas para o mercado onde atuam e para novos potenciais mercados.
- Identificar a criação de serviços pós-vendas das coleções.

Conteúdos

- Posicionamento de empresas e marcas de vestuário de sucesso no mercado
 - Posicionando de marcas no mercado nacional
 - Posicionando de marcas no mercado internacional
 - Análise de casos de sucesso
 - A indústria da moda
- Consumidor
 - Diferentes grupos de consumidores
 - Factores que influenciam os consumidores na compra
- Desenvolvimento de coleções
 - Processo de desenvolvimento de coleções e as suas fases
 - Avaliação da coleção anterior
 - Pesquisa de tendências
 - Plano da coleção
 - Desenvolvimento de modelos e croquis
 - Avaliação
 - Desenvolvimento de protótipos
 - Produção
- Apresentação das coleções aos vendedores e clientes
- Reestruturação e atualização das coleções em função da análise das suas concorrentes diretas e da opinião dos vendedores
- Promoção das coleções e marcas
 - Exemplos práticos
- Serviço pós-venda das coleções e marcas
 - Casos práticos
 - Exemplos de sucesso

1141

Qualidade e organização da produção

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Identificar os principais requisitos da norma ISO 9001.
- Identificar comportamentos facilitadores do trabalho em equipa.
- Identificar os principais sistemas de organização de produção.

Conteúdos

- Qualidade
 - Normas do sistema de gestão da qualidade
 - Oito princípios de gestão da qualidade
 - Requisitos do Sistema de Gestão da Qualidade, segundo a Norma ISO 9001
 - Certificação
 - Auditorias da qualidade
- Trabalho em equipa
 - Fases de desenvolvimento da equipa
 - Características das equipas de sucesso
- Organização da produção
 - Produtividade
 - Implantações (*Lay-out*)
 - Polivalência/flexibilidade dos trabalhadores
 - Sistemas de produção:
 - JIT (*Just in Time*)
 - *Kanban*
 - *Kaizen*
 - Técnicas para mudanças rápidas de ferramenta (SMED)
 - TPM (Manutenção produtiva total)
 - 5 S

4901

Língua Inglesa - indústria têxtil

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Conhecer e utilizar os termos técnico/comerciais da Língua Inglesa e o vocabulário em geral.

Conteúdos

- A identificação do alfabeto e seus sons
- Vocabulário técnico e específico para a área comercial têxtil
- Elaboração de textos
- Leitura e interpretação de textos
- Elaboração, leitura e interpretação de documentos técnico/comerciais
- Estabelecer diálogos na Língua Inglesa

5278

Gestão de empresas e empreendedorismo

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Identificar tipos de empresas, suas funções e a relação com o meio envolvente.
- Formular e implementar estratégias nas organizações.
- Analisar e solucionar problemas.
- Identificar os principais conteúdos a nível estratégico.
- Identificar os passos necessários para a criação de uma empresa.
- Conceber um plano de negócios ("business plan").

Conteúdos

- As organizações e a gestão
 - Organização e meio envolvente
 - A empresa
 - A gestão e o gestor
- Planeamento e gestão estratégica
 - Diagnóstico da situação
 - Análise SWOT
 - Missão, área estratégica de negócios
 - Projecto de Empresa
 - Gestão por objectivos
 - Gestão estratégica e o seu planeamento
- Estrutura organizacional
 - Modelos Organizativos e Formas de Organização do Trabalho
 - Estruturas organizacionais
 - Funções, departamentalização e diferenciação
 - Responsabilidade, autoridade e delegação
 - Princípios de organização, centralização e descentralização
 - A gestão da informação
 - O desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação
- Empreendedorismo e Criação de empresas
 - Enquadramento legal
 - Etapas de criação de uma empresa
 - Concepção de um plano de negócios "start-up"

0335

Técnicas comerciais e de marketing

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Analisar a atividade organizacional no seu ambiente estratégico e promovê-la através de métodos comerciais e *marketing*

Conteúdos

- Promoção e *marketing*
 - Técnicas de *marketing* – fundamentos
 - Mercado
 - Amostra
 - Plano de *marketing*
 - Publicidade
 - Enquadramento organizacional dos diferentes produtos e serviços de informação
 - Estudo de mercado
 - Análise quantitativa e qualitativa das necessidades do mercado/utilizadores
 - Análise da imagem institucional e suportes promocionais
 - Estratégias promocionais
 - *Marketing-mix*

4320

Gestão e análise financeira

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Identificar os objetivos da função financeira.
- Descrever o ciclo financeiro da empresa.
- Interpretar a informação económica, financeira e patrimonial contida, num balanço e em balanços sucessivos.
- Elaborar um orçamento de tesouraria.
- Propor soluções financeiras ou alteração do plano de atividades da empresa em função dos resultados do orçamento de tesouraria.
- Calcular o valor de uma quantia de dinheiro diferida no tempo.

Conteúdos

- A função financeira na empresa
 - Conceitos
 - Objectivos
- Os mecanismos financeiros na empresa
 - Os fluxos reais e os fluxos monetários
- O ciclo financeiro
- Elementos que servem de base à análise da função financeira
 - O balanço
 - A demonstração de resultados
- Análise económico-financeira da empresa
 - Critérios de análise
 - Análise gráfica do Balanço
 - Mapa de Origem e Aplicação de Fundos
 - Método dos Indicadores ou Rácios
- O Papel do gestor financeiro
 - A curto prazo
 - A longo prazo
- Estudo das fontes de financiamento
- O Orçamento de Tesouraria e o Plano Financeiro
- O risco como determinante da rentabilidade da empresa
 - Comportamento do investidor face ao risco
 - Variação de uma quantia de dinheiro no tempo

4565

Gestão de projeto

Carga horária
25 horas

Objetivo(s)

- Identificar as diferenças fundamentais entre a gestão de um projeto e a gestão de uma operação ou atividade.
- Reconhecer a importância do estudo da viabilidade técnica e financeira de um projeto.
- Reconhecer a organização e funcionamento de uma equipa de projeto.
- Estabelecer os pressupostos de um projeto a desenvolver.
- Organizar o processo de um projeto, definindo a estrutura documental, de acordo com as regras de procedimento.

Conteúdos

- Introdução à gestão de projetos
- Generalidades
- Constituição e funcionamento da equipa de projeto
- Legislação aplicável
- Especificações e normas técnicas
- Estudo da viabilidade técnica e financeira
 - Generalidades
 - Custos e proveitos
 - Estudo de casos práticos
- Fases de um projeto
- Generalidades
- Apresentação da ideia ou tema do projeto
- Definição de objetivos
- Planeamento, preparação e programação
 - Generalidades
 - Organização sequencial do projeto
 - Afetação de recursos
 - Orçamentação - noções
- Identificação de problemas funcionais e sua solução
- Documentação
 - Recolha de informação técnica e sua organização
 - Memória descritiva
 - Memória de cálculo
 - Elaboração de desenhos e esquemas funcionais
 - Orçamentação
 - Estudo económico
- Execução do projeto
- Realização de testes de verificação final
- Avaliação final

7000

Introdução aos têxteis técnicos e funcionais

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Reconhecer aplicações, produtos e processos dos têxteis técnicos e funcionais.
- Reconhecer técnicas, produtos e formas de funcionalização.
- Reconhecer matérias-primas funcionais.
- Aplicar processos de funcionalização em materiais têxteis (fios, malhas, tecidos, peças confeccionadas).
- Desenhar produtos e processos de funcionalização com especial ênfase em efeitos especiais.
- Associar o processo de funcionalização com o tipo de fibra e de estrutura.
- Identificar os parâmetros que podem influenciar a qualidade final dos produtos.
- Reconhecer problemas ambientais relacionados com a funcionalização.
- Manipular a maquinaria apropriada.
- Identificar e utilizar novas tecnologias, novos processos e efeitos especiais.

Conteúdos

- Evolução dos têxteis
 - Definição de têxteis técnicos e funcionais
- Importância dos têxteis técnicos e funcionais
 - Mercado nacional
 - Mercado mundial
- Domínio de aplicação
 - Desporto, proteção, embalagem, transporte, saúde, indústria, habitat, geotecnia, vestuário, construção, agricultura e pescas.
- Materiais
 - Aramida, carbono, vidro, polietileno, cerâmicas, metálicas
- Estruturas
 - Tecidos, malhas, não-tecidos, entrançados, estruturas 3D, estruturas orientadas (tecidos triaxiais, malhas teia mono, bi e multiaxiais).
- Técnicas, produtos e formas de funcionalização
- Formas de funcionalização
 - Modificação da matéria-prima
 - Novos tipos de fibras (novos polímeros, nova configuração das fibras)
 - (nano) Aditivos utilizados na matéria-prima base de fabrico das fibras
 - Modificação superficial
 - Modificação química à superfície
 - Modificação física à superfície
 - (nano) camadas superficiais
 - Combinação inteligente de materiais (fibras, estruturas, ...) para incutir novas propriedades
- Controlo e validação das propriedades técnicas e funcionais
- Tecnologias
 - Convencionais, novas tecnologias e tecnologias emergentes utilizadas na produção de têxteis técnicos

7002

Projeto - conceptual

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Efectuar o planeamento do projeto conceptual.
- Identificar e utilizar as técnicas de vigilância tecnológica.
- Identificar os produtos utilizados na indústria têxtil e explicar os seus processos de aplicação no âmbito do desenvolvimento de projetos.
- Aplicar normas e procedimentos para avaliação e validação.
- Desenhar um projeto de aplicação prática.
- Implementar atividades práticas que permitam ir de encontro ao objetivo específico do trabalho proposto.
- Elaborar o relatório técnico.

Conteúdos

- Noção de projeto. Etapas de um projeto
- Princípios gerais da elaboração do projeto
- Proposta e seleção de tema com enfoque na área de especialização
- Vigilância tecnológica e levantamento de estado de arte.
- Definição do âmbito, objetivos e resultados esperados
- Definição e planeamento de actividades
- Elaboração do relatório técnico de projeto
- Apresentação final dos resultados obtidos

7131

Projeto - prototipagem - comércio de moda

Carga horária
50 horas

Objetivo(s)

- Planear e organizar o trabalho do projeto ao nível da prototipagem.
- Implementar atividades práticas que permitam a prototipagem do produto e/ou processo.
- Elaborar plano de marketing do produto.
- Elaborar plano de negócios do produto.
- Elaborar o orçamento e preço de venda do produto.
- Elaborar o relatório final.
- Preparar e apresentar o projeto desenvolvido.

Conteúdos

- Organização e planeamento de actividades
- Realização do projecto
 - Concretização geral através da apresentação de protótipo(s)
- Elaboração do plano de marketing
- Elaboração do plano de negócios
- Elaboração do orçamento e definição do preço de venda
- Estudo da viabilidade económica do produto
- Elaboração do relatório técnico de projecto
- Apresentação final dos resultados obtidos

4. Sugestão de Recursos Didáticos

- COURTOIS, M. Pillet, C. Martin, Gestão da Produção, Editora Lidel, 1997.
- MENDONÇA, Organização da Produção em Confecção Têxtil, Editora Publindústria, 2000.
- Ramos PIRES, Sistemas de Gestão da Qualidade, Editora Sílabo, 2004.
- ADANUR, S. Mário, Handbook of Weaving, Auburn University, USA, 2000
- AGLIETTI, Tatiana, Riccardo BARSI; Tecnologia della Modellistica e della confezione, Volume I e II, Hoepli, 2001, 2002.
- AIDAR, Marcelo Marinho, Empreendedorismo, Editora Pioneira, 2008.
- António CAEIRO, Manuel Nogueira SERENS, Código Comercial e Código das Sociedades Comerciais, 17.ª edição, Editora Almedina 2007.
- ANUNCIAÇÃO, P. e ZORRINHO, C., Urbanismo organizacional - Como gerir o choque tecnológico nas empresas, Edições Sílabo, Lisboa, 2006.
- APIM – Associação Portuguesa das Indústrias de Malha e de Confecção, As fibras têxteis – Características, cuidados, aplicações, Porto, 2001.
- Araújo, Mário de, E. M. de Melo e Castro Manual de Engenharia Têxtil – Vol. I e Vol. II, - Fundação Calouste Gulbenkian; 1987.
- Araújo, M., Melo, E.M.C., Manual de engenharia têxtil, Volume I e Volume II, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa , 1984.
- ARAÚJO, Mário de, Tecnologia do Vestuário, Edições Calouste Gulbenkian, 1996.
- BALLOU, Ronald H., Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos - 5ª Ed., Editora Bookman, 2005.
- BOECKNER, Keith & BROWN, P. Charles, Oxford English for Computing, Oxford University Press, 1993.
- BONA, M., DIR., Manuale di Tecnologia Tessile, Editora Zanichelli, 1981.
- CABRAL José, GUIMARÃES Rui, Estatística, Publicação MacGraw-Hill, 2004.
- CAIADO, António C. Pires, Contabilidade de Gestão, 2ª Edição, Áreas Editora, 2002.
- CAMPOS, Ana Paula, ESTEVES, Maria João, Guia de Correspondência Comercial - Cartas, Faxes, Mailings, Lisboa, Plátano Edições Técnicas, 2000.
- CARDOSO, L., Gestão estratégica das organizações, Verbo, Lisboa, 1998.
- CARVALHO, J., Negociação, Edições Sílabo, Lisboa, 2004.
- CHIAVENATO, I., Uma abordagem contingencial, Publicação McGraw-Hill, São Paulo, Brasil, 1983.
- CHOPRA, Sunil e Meindl, Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Estratégia, Planejamento e Operações, Editora Prentice Hall, Brasil, 2003.
- CHRISTOPHER, Martin; Logistics and Supply Chain Management., Editora Prentice Hall - Financial Times, 2005
- CUNHA, Celso, CINTRA, Lindley, Nova Gramática do Português Contemporâneo, Lisboa, Edições João Sá da Costa, 1984.
- DONELLY, J. H. Princípios de gestão empresarial, 10ª ed., Editora McGraw-Hill, São Paulo, Brasil, 2003
- Dossiers de análise de mercados internacionais – ICEP, 2010.
- ERVILHA, A., Habilidades de Negociação: As Técnicas e a Arte de Seduzir nas Vendas, Livraria Nobel, São Paulo, 2000.
- ESTRELA, Edite, CORREIA, J. David Pinto, Guia Essencial da Língua Portuguesa para a Comunicação Social, 3a Ed., Lisboa, Editorial Notícias, 1994.
- FLINDERS, Steven , Test Your Business English - Intermediate, Editora Penguin, 1996.
- FLOWER, John , Build Your Business Vocabulary , Editora Thomson, 1990
- FRADA, João José Cucio, Guia Prático para a Elaboração e Apresentação de Trabalhos Científicos, Lisboa, Edições Cosmos, 1991.
- GALCERÁN Escobet, V., Tecnologia del Tejido - Tomo I: Teoria de Tejidos, ETSII, Tarrasa, 1960.
- GALCERÁN Escobet, V., Tecnologia del Tejido - Tomo II: Analisis de Tejidos y Tecnica de su Fabricacion, ETSII, Tarrasa, 1961.
- GARCÍA-LOMAS, O.; CHURRUCA, A., Negociación Internacional - Estrategias y Casos, Ediciones Pirámide, Madrid, 2002.
- GIBSON, J. L et al (), Comportamento, estrutura e processos, 12ª ed., Editora McGraw-Hill, São Paulo, Brasil, 2006
- GIQUEL, Françoise, Como Resumir Textos, Porto, Porto Editora, 1996.
- GOERNER, Doris, Woven Structure and Design - Part 1: Single Cloth Construction, Publicação Wira Technology Group, Leeds, 1986.
- GOERNER, Doris, Woven Structure and Design-Part 2: Compound Structures, Publicação British Textile Technology Group, Leeds, 1989.
- H. CARR, Technology of clothing manufacture, Editora BSP, Oxford, 1988.
- HORTINHA, J., X marketing, Edições Sílabo, Lisboa, 2002.
- IAS (International Accounting Standards) e IFRS (International Financial Reporting Standards).
- Identification of textile materials, The Textile Institute, 10 Blackfriars Street, Manchester, 3, Fifth Edition ,1965.

- INNES, Jonh, Mitchell, Falconer, Custeio Baseado em actividades – um guia prático, Monitor, 1998.
- Internacionalização e Exportação - Fileiras e Mercados A Fileira Moda nos Mercados – Cadernos IAPMEI, 2008
- J. SOARES, A. Viana Fernandes, A. Março e Pires Marques: Avaliação de Projectos de Investimento na Óptica Empresarial. Edições SÍLABO, 1999.
- JESUINO, J., A Negociação – Estratégias e Tácticas, Colecção Textos de Gestão, Texto Editora, 1.ª Edição, Lisboa, 1992.
- JONES, Leo & ALEXANDER Richard, New International Business English, Cambridge University Press, 2003
- JONES, Sue Jenkin, Fashion Design - Manual do Estilista, Editora Cosac Naify, 2005.
- KOROBKIN, R., Negotiation Theory and Strategy, Aspen Law & Business, New York, 2002.
- KOTLER, Philip Marketing para o Século XXI, Editora Presença, 2000.
- KOTLER, Philip, Administração de Marketing, São Paulo, Prentice Hall, 12ª Edição, 2006.
- KRUSE, English for Business: Marketing, Editora McGraw-Hill, 1997
- Legislação
- LEWICKI, R.; SAUNDERS, D.; MINTON, J., Essentials of Negotiation, Second Edition, McGraw-Hill, 2001.
- LEWICKI, R.; SAUNDERS, D.; MINTON, J.; BARRY, B., Negotiation: Readings, Exercises, and Cases, Fourth Edition, McGraw Hill, 2003.
- LINDON, Denis; LENDREVIE, e outros, Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 10ª Edição, 2004.
- LUCENA, João Pedro, Inovação Pelo Posicionamento e Identidade Visual, ISEG, 2000.
- MARKS, R., ED., Introduction to Textiles – Vol. III: Fabrics, School of Textiles Studies, Bolton, 1994.
- MARTINELLI, D.; ALMEIDA, A. Negociação: Como Transformar Confronto em Cooperação, Editora Atlas, São Paulo, 1997.
- MARTINS, H.; KUTEEVA, M., Reuniões e Apresentações em Inglês de Negócios, Publisher Team, Lisboa, 2005.
- MCCREIGHT, D. J., Bradshaw, J. B., Backe, E. E. and Hill, M. S., Weaver's Handbook of Textile Calculations, Institute of Textile Technology, USA, 2000.
- MIGUEL, Rui A. L., Tecnologia dos Tecidos – Análise e Concepção de Tecidos, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2003.
- MOREIRA, José António Cardoso, Análise Financeira de Empresas - da teoria à prática, Associação da Bolsa de Derivados do Porto, 1997.
- MORGADO, P., O Processo Negocial – Dez Etapas para o Sucesso, McGrawHill de Portugal, Lisboa, 1994.
- MOTA CAMPOS, Direito Comunitário, II vol, 4.ª edição, Fundação Calouste Gulbenkian-Lisboa, 1995.
- MOURA, Benjamim, Logística: Conceitos e Tendências, Centro Atlântico, Lisboa, 2006.
- MURRAY Spiegel, Estatística – Curso Intensivo, MacGraw-Hill, 2000
- NEVES, Manuela, Desenho Têxtil – Tecidos – Vol.1, TecMinho, Braga, 2000.
- NEWBERRY, Betsy, Designer's Guide To Marketing, North Light Books, 1997.
- NEWTON, Alan, Fabric Manufacture: A Handbook, Intermediate Technology, London, 1993
- NICHOLSON, W., Microeconomic Theory, Dryden, 1992.
- PEREIRA, Carlos, Franco, Victor, Contabilidade Analítica, Rei dos Livros, 2001.
- R. CHASE, N. Aquilano, Gestão da Produção e das Operações - Perspectiva do Ciclo de Vida, Ed. Monitor – Projectos e Edições Lda, 1997.
- RAIFA, H., The Art and Science of Negotiation, Harvard University Press, Massachusetts, 2002.
- RANKIN, J., Body Language in Negotiations and Sales, Author Edition, 2000.
- ROUETTE, H.K. Encyclopedia of Textile Finishing, Publicação Springer; 2002.
- SCHMID, ERIKA Marketing de Varejo de Moda: uma Ênfase em Médias Empresas, Editora Qualitymark -, 2004.
- SHELL, G., Bargaining for Advantage - Negotiation Strategies for Reasonable People, Penguin Books, New York, 1999.
- SILVA João, Murteira BENTO, Introdução à estatística, Editora MacGraw-Hill, 2001.
- STILLMAN, English for Banking and Finance – Editora McGraw-Hill, 1983.
- THOMPSON, L., The Mind and Heart of the Negotiator, Prentice Hall, Second Edition, New Jersey, 2000.
- VIANA Carlos, HORTINHA Joaquim, Marketing Internacional, Editora Sílabo, 2005.
- WATKINS , Michael , HBE Negotiation, Harvard Business Essentials (HBE), Harvard Business School Publishing, Massachusetts, 2003.
- WATKINS, M., Breakthrough Business Negotiation: A Toolbox for Managers Jossey-Bass, John Wiley & Sons, Inc., New York, 2002.
- YATES, C., FITZPATRICK, A., Technical English for Industry, Longman, 1989.