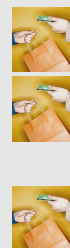


## REFERENCIAL DE FORMAÇÃO

EM VIGOR



### Área de Educação e Formação

**Código e Designação**  
do Referencial de  
**Formação**

### 341 . Comércio

#### 341306 - Técnico/a Especialista em Comércio Internacional

**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 10 de 15 de março de 2013 com entrada em vigor a 15 de março de 2013.

**Observações**

## 1. Perfil de Saída

---

### Descrição Geral

Contribuir para o desenvolvimento internacional sustentável da empresa, através da pesquisa e monitorização dos mercados internacionais nos quais a empresa se movimenta, da prospeção/promoção, negociação, realização e acompanhamento das vendas dos seus produtos e ou serviços nos mercados estrangeiros e da otimização de processos de importação.

### Atividades Principais

- Elaborar estudos de mercado relativos aos segmentos estratégicos do mercado alvo da empresa, posicionamento e estratégia de marketing nos mercados externos.
- Gerir as vendas em contexto internacional (exportação).
- Gerir as compras em contexto internacional (importação).
- Coordenar os serviços de apoio à importação e à exportação.
- Gerir relações profissionais em contexto multicultural.

## 2. Organização do Referencial de Formação

### Formação Geral e Científica

Código		UFCD	Horas
8000	1	Português e técnicas de comunicação empresarial	25
8001	2	Língua espanhola no quotidiano	25
7844	3	Gestão de equipas	25
0382	4	Gestão do tempo e organização do trabalho	25
0349	5	Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho - conceitos básicos	25
8002	6	Comércio e organização empresarial	25

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

## Formação Tecnológica

Código¹		UFCD pré-definidas	Horas	Pontos de crédito
8003	1	Marketing internacional e estudos de mercado	50	4,50
5299	2	Tecnologias de informação e comunicação	50	4,50
8004	3	Sistemas de informação de suporte à gestão das operações de comércio internacional	25	2,25
8005	4	Relações comerciais - prospeção	50	4,50
8006	5	Relações comerciais - propostas e instrumentos de gestão e monitorização da atividade comercial	25	2,25
8007	6	Negociação e venda em contexto internacional	50	4,50
0397	7	Atendimento e serviço pós-venda	25	2,25
8008	8	Gestão das importações e aprovisionamentos	50	4,50
8009	9	Aprovisionamentos - novas tecnologias e instrumentos de gestão das compras	25	2,25
8010	10	Comércio internacional - enquadramento	50	4,50
8011	11	Comércio internacional - operações financeiras e sistemas de seguros	50	4,50
8012	12	Comércio internacional - fiscalidade e gestão dos riscos	50	4,50
8013	13	Comércio internacional - incoterms	25	2,25
8018	14	Gestão e comunicação intercultural	50	4,50
8019	15	Direito internacional	50	4,50
8020	16	Economia internacional	25	2,25
Total da carga horária e de pontos de crédito:			650	58,50

## Formação Prática em Contexto de Trabalho (Estágio)

500 15,00

Para obter a qualificação de Técnico/a Especialista em Comércio Internacional, para além das UFCD pré-definidas, **terão também de ser realizadas 200 horas da Bolsa de UFCD (100 horas da Área A de UFCD e 100 horas da Área B de UFCD)**

Bolsa de UFCD

Código		Área A UFCD	Horas	Pontos de crédito
8014	23	Língua espanhola – atividade empresarial	50	4,50
8016	24	Língua inglesa – atividade empresarial	50	4,50
8130	25	Língua francesa – atividade empresarial	50	4,50
8131	26	Língua italiana – atividade empresarial	50	4,50
8132	27	Língua holandesa – atividade empresarial	50	4,50
8133	28	Língua finlandesa – atividade empresarial	50	4,50
8134	29	Língua norueguesa – atividade empresarial	50	4,50
8135	30	Língua sueca – atividade empresarial	50	4,50
Código		Área B UFCD	Horas	Pontos de crédito
8015	31	Língua espanhola – atividade comercial e comércio internacional	50	4,50
8017	32	Língua inglesa - atividade comercial e comércio internacional	50	4,50
8136	33	Língua francesa - atividade comercial e comércio internacional	50	4,50
8137	34	Língua italiana - atividade comercial e comércio internacional	50	4,50
8138	35	Língua holandesa - atividade comercial e comércio internacional	50	4,50
8139	36	Língua finlandesa - atividade comercial e comércio internacional	50	4,50
8140	37	Língua norueguesa - atividade comercial e comércio internacional	50	4,50
8141	38	Língua sueca - atividade comercial e comércio internacional	50	4,50
Total da carga horária e de pontos de crédito da Formação Tecnológica			850	76,5

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

8000	<b>Português e técnicas de comunicação empresarial</b>	<b>Carga horária</b> 25 horas
------	--	----------------------------------

<b>Objetivo(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar as características específicas da língua falada e da língua escrita.</li> <li>• Utilizar as regras do código linguístico.</li> <li>• Reconhecer a importância da comunicação na empresa.</li> <li>• Utilizar um conjunto de documentos inerentes à atividade da empresa.</li> <li>• Interpretar e produzir textos escritos tendo em conta a sua especificidade e os elementos do ato comunicativo.</li> <li>• Utilizar os diferentes critérios e técnicas na elaboração dos diversos textos: familiar, administrativo, empresarial, de sistematização de dados e da comunicação social.</li> </ul>
--------------------	---

#### Conteúdos

- Comunicação
  - Processo de comunicação
  - Linguagem, língua e discurso
  - Utilização da Língua
  - Comunicação na empresa
- Comunicação escrita
  - Texto
  - Textos de comunicação familiar
  - Textos de comunicação administrativa e empresarial
  - Textos de sistematização de dados
  - Textos de comunicação social
- Comunicação oral
  - Comunicação em presença e mediatizada
  - Recursos extralinguísticos

8001	<b>Língua espanhola no quotidiano</b>	<b>Carga horária</b> 25 horas
------	---------------------------------------	----------------------------------

<b>Objetivo(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicar enunciados orais e escritos, em língua espanhola, produzidos em situações do quotidiano e nos media.</li> <li>• Produzir enunciados orais e escritos, em língua espanhola, de forma clara, estruturada e coerente sobre temáticas diversificadas.</li> </ul>
--------------------	--

#### Conteúdos

- Características do discurso oral em diferentes contextos
- Vivências do quotidiano
- Meios de comunicação social
- Técnicas de produção textual

7844

## Gestão de equipas

**Carga horária**  
25 horas

### Objetivo(s)

- Organizar e gerir equipas de trabalho.
- Comunicar e liderar equipas de trabalho.
- Identificar o sucesso do trabalho em equipa realçando vantagens e dinâmicas subjacentes.
- Reconhecer as especificidades e os aspetos essenciais para o sucesso no trabalho em equipa.

### Conteúdos

- Organização do trabalho de equipa
- Comunicar eficazmente com a equipa
- Gestão orientada para os resultados e para as pessoas
- Técnicas de motivação e dinamização da equipa
- Gestão de conflitos
- Orientação da equipa para a mudança
- Liderança
  - Liderança de equipas: fenómenos e dinâmicas próprias, desafios e problemas específicos
  - Diferentes preferências pessoais e o seu impacto em funções de liderança
  - Diferentes estilos de Liderança
  - Competências necessárias à coordenação de equipas
  - Estratégias de mobilização da equipa para um desempenho de excelência
  - Gestão de situações problemáticas na equipa
- Trabalho em equipa
  - Trabalho em equipa – implicações e especificidades
  - Excelência no trabalho em equipa
  - Diferenças interpessoais e o seu impacto no trabalho em equipa
  - Mobilização de recursos pessoais em função da equipa
  - Como ultrapassar impasses e obstáculos no trabalho em equipa

0382

## Gestão do tempo e organização do trabalho

**Carga horária**  
25 horas

### Objetivo(s)

- Aplicar técnicas de gestão do tempo no âmbito da atividade profissional. Aplicar os princípios de organização do trabalho em equipa e elaborar um plano de ação pessoal.

### Conteúdos

- Gestão do tempo
  - Auto-avaliação na gestão do tempo
    - Tempo como recurso
    - Leis e princípios de gestão de tempo
    - Identificação de características pessoais
    - Análise de desperdiçadores de tempo
  - Planeamento na gestão do tempo
    - Determinar metas e objectivos
    - Elaboração de planos detalhados, diários e semanais
    - Utilização de check-lists
    - Definição e gestão de prioridades
  - Técnicas de gestão do tempo
    - Organização do dia de trabalho
    - Agrupamento de tarefas
    - Controlo das interrupções e dos telefonemas
    - Utilização da agenda como recurso estratégico
    - Optimização das novas tecnologias
- Organização do trabalho
  - Trabalho em equipa
    - Organização e condução de reuniões
    - Produção de resultados através de reuniões
    - Delegação de tarefas à equipa de apoio comercial
  - Plano de ação pessoal

0349

## Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho - conceitos básicos

**Carga horária**  
25 horas

## Objetivo(s)

- Identificar os principais problemas ambientais.
- Promover a aplicação de boas práticas para o meio ambiente.
- Explicar os conceitos relacionados com a segurança, higiene e saúde no trabalho.
- Reconhecer a importância da segurança, higiene e saúde no trabalho.
- Identificar as obrigações do empregador e do trabalhador de acordo com a legislação em vigor.
- Identificar os principais riscos presentes no local de trabalho e na atividade profissional e aplicar as medidas de prevenção e proteção adequadas.
- Reconhecer a sinalização de segurança e saúde
- Explicar a importância dos equipamentos de proteção coletiva e de proteção individual.

## Conteúdos

- AMBIENTE
  - Principais problemas ambientais da atualidade
  - Resíduos
    - Definição
    - Produção de resíduos
  - Gestão de resíduos
    - Entidades gestoras de fluxos específicos de resíduos
    - Estratégias de atuação
    - Boas práticas para o meio ambiente
- SEGURANÇA, HIGIENE E SAÚDE NO TRABALHO
  - CONCEITOS BÁSICOS RELACIONADOS COM A SHST
    - Trabalho, saúde, segurança no trabalho, higiene no trabalho, saúde no trabalho, medicina no trabalho, ergonomia, psicossociologia do trabalho, acidente de trabalho, doença profissional, perigo, risco profissional, avaliação de riscos e prevenção
  - ENQUADRAMENTO LEGISLATIVO NACIONAL DA SHST
    - Obrigações gerais do empregador e do trabalhador
  - ACIDENTES DE TRABALHO
    - Conceito de acidente de trabalho
    - Causas dos acidentes de trabalho
    - Consequências dos acidentes de trabalho
    - Custos diretos e indiretos dos acidentes de trabalho
  - DOENÇAS PROFISSIONAIS
    - Conceito
    - Principais doenças profissionais
  - PRINCIPAIS RISCOS PROFISSIONAIS
    - Riscos biológicos
    - Agentes biológicos
    - Vias de entrada no organismo
    - Medidas de prevenção e proteção
    - Riscos Físicos (conceito, efeitos sobre a saúde, medidas de prevenção e proteção)
    - Ambiente térmico
    - Iluminação
    - Radiações (ionizantes e não ionizantes)
    - Ruído
    - Vibrações
    - Riscos químicos
      - Produtos químicos perigosos
      - Classificação dos agentes químicos quanto à sua forma
      - Vias de exposição
      - Efeitos na saúde
      - Classificação, rotulagem e armazenagem
      - Medidas de prevenção e proteção
    - Riscos de incêndio ou explosão
      - O fogo como reação química
      - Fenomenologia da combustão
      - Principais fontes de energia de ativação
      - Classes de Fogos
      - Métodos de extinção
    - Meios de primeira intervenção - extintores
      - Classificação dos Extintores
      - Escolha do agente extintor
    - Riscos elétricos
      - Riscos de contacto com a corrente elétrica: contatos diretos e indiretos
      - Efeitos da corrente elétrica sobre o corpo humano
      - Medidas de prevenção e proteção
    - Riscos mecânicos
      - Trabalho com máquinas e equipamentos
      - Movimentação mecânica de cargas
    - Riscos ergonómicos
      - Movimentação manual de cargas
    - Riscos psicossociais
  - SINALIZAÇÃO DE SEGURANÇA E SAÚDE



- Conceito
- Tipos de sinalização
- o EQUIPAMENTOS DE PROTEÇÃO COLETIVA E DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL
  - Principais tipos de proteção coletiva e de proteção individual

<b>8002</b>	<b>Comércio e organização empresarial</b>	<b>Carga horária</b> 25 horas
-------------	---	----------------------------------

<b>Objetivo(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Caracterizar o aparelho comercial português e identificar as tendências do mercado.</li> <li>Identificar o conceito de organização e de empresa, como um tipo particular de organização.</li> <li>Identificar os princípios de constituição e organização de uma empresa.</li> <li>Reconhecer os princípios básicos do planeamento e da gestão estratégica de uma empresa e o papel da ética empresarial e pessoal neste domínio.</li> </ul>
--------------------	---

<b>Conteúdos</b>
------------------

- Caracterização geral do comércio
  - Noção de distribuição
  - Aparelho comercial
    - Noção, função e agentes
    - Circuitos e canais de distribuição
    - As funções da distribuição
    - Conceito de fileira
    - Tipologia dos circuitos comerciais
  - Setor grossista
  - Setor retalhista
  - Comércio independente
  - Comércio associado
  - Comércio integrado
- Evolução da distribuição
  - Importância do setor económico da distribuição
  - Causas das mudanças
  - Tendências
- Comércio e a globalização
- Organizações e a gestão
  - Definição de organização e seu meio ambiente
  - Empresa: tipo de organização particular
  - Gestão e o papel do Gestor
- Estrutura organizacional, conceção e coordenação; autoridade, delegação e descentralização
  - Modelos organizativos e formas de organização do trabalho
  - Estruturas organizacionais
  - Funções, departamentalização e diferenciação
  - Responsabilidade, autoridade e delegação: princípios de organização, centralização e descentralização
- Planeamento e gestão estratégica: implementação da estratégia
  - Diagnóstico da situação
  - Análise SWOT
  - Missão, área estratégica de negócios e projeto de empresa
  - Gestão por objetivos
  - A gestão estratégica e o seu planeamento
- Papel da ética empresarial e ética pessoal na gestão da empresa
  - Valores e normas
  - Declaração de missão
  - Códigos de conduta e códigos de ética
  - Conflito de valores e dilemas éticos
- Caracterização geral do comércio
  - Noção de distribuição
  - Aparelho comercial
    - Noção, função e agentes
    - Circuitos e canais de distribuição
    - As funções da distribuição
    - Conceito de fileira
    - Tipologia dos circuitos comerciais
  - Setor grossista
  - Setor retalhista
  - Comércio independente
  - Comércio associado
  - Comércio integrado
- Evolução da distribuição
  - Importância do setor económico da distribuição

- Causas das mudanças
- Tendências
- Comércio e a globalização
- Organizações e a gestão
  - Definição de organização e seu meio ambiente
  - Empresa: tipo de organização particular
  - Gestão e o papel do Gestor
- Estrutura organizacional, conceção e coordenação; autoridade, delegação e descentralização
  - Modelos organizativos e formas de organização do trabalho
  - Estruturas organizacionais
  - Funções, departamentalização e diferenciação
  - Responsabilidade, autoridade e delegação: princípios de organização, centralização e descentralização
- Planeamento e gestão estratégica: implementação da estratégia
  - Diagnóstico da situação
  - Análise SWOT
  - Missão, área estratégica de negócios e projeto de empresa
  - Gestão por objetivos
  - A gestão estratégica e o seu planeamento
- Papel da ética empresarial e ética pessoal na gestão da empresa
  - Valores e normas
  - Declaração de missão
  - Códigos de conduta e códigos de ética
  - Conflito de valores e dilemas éticos

### 3.2. Formação Tecnológica

8003	Marketing internacional e estudos de mercado	<b>Carga horária</b> 50 horas
<b>Objetivo(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar e aplicar os conceitos e técnicas principais do marketing, numa perspetiva estratégica, organizacional, nacional e internacional.</li> <li>• Identificar e aplicar técnicas de análise estratégica dos mercados em termos nacionais e internacionais.</li> <li>• Planear e executar estudos de mercado e analisar os seus resultados em contexto nacional e internacional.</li> <li>• Descrever a metodologia para a execução de planos de marketing internacional, identificando critérios e instrumentos de execução e controlo adequados.</li> </ul>	

#### Conteúdos

- Introdução ao marketing
  - Conceito de marketing
  - Conceito de marketing estratégico e marketing operacional
  - Organização tipo de uma empresa de orientação "marketing"
  - Função do marketing na empresa
  - Cronograma geral da atividade de marketing
  - Apresentação das variáveis de ação
- A Segmentação do mercado
  - Conceito de segmentação de mercado
  - Critérios de segmentação e sua utilização
  - A definição de segmento alvo
  - Conceito de marketing one-to-one
- A política de produto / marketing de serviços
  - Principais componentes da política de produto
  - Ciclo de vida dos produtos
  - Política da gama
  - Tipos de marca
  - Lançamento de novos produtos
  - Noção de serviço
  - Principais características dos serviços
  - Critérios de avaliação da qualidade
- Política de preço
  - Fatores que influenciam a fixação a fixação de um preço
  - Estratégia de preços para novos produtos
  - Formação do preço em função dos custos e da procura
  - Cálculo do ponto morto
  - Regulamentação do preço
- Distribuição na ótica do produtor e na ótica do distribuidor

- Política de distribuição do fornecedor
- Política de distribuição do distribuidor
- Política de comunicação
  - Quem comunica (fontes internas e externas)
  - Objetivos da comunicação
  - Correspondências “marketing - publicidade”
- Comportamento do consumidor
  - Variáveis que influenciam o comportamento do consumidor
  - Processo de decisão de compra (PDC)
  - Intervenientes no PDC
  - Teorias que explicam o comportamento do consumidor
  - Hierarquia dos efeitos
- Marketing numa perspetiva internacional
  - Definição de marketing internacional
  - Objetivos e âmbito do Marketing internacional
  - Marketing internacional versus marketing nacional
  - Marketing de exportação / marketing global
  - As variáveis do marketing mix numa ótica internacional
- Segmentação do mercado, posicionamento e mercado alvo internacional
- Pesquisa de mercado internacional
  - Técnicas de investigação
  - Estudos do mercado internacional
  - Identificação de variáveis ambientais em contexto internacional
  - Estudos quantitativos e qualitativos do país e do mercado
  - Questionários e a elaboração de modelos de recolha de dados
  - Técnicas de amostragem e de análise estatística de dados
  - Monitorização dos mercados internacionais
  - Análise e seleção de mercados internacionais
- Integração conclusiva de conceitos e modelos de análise
- Plano de Marketing internacional: metodologia e instrumentos
  - Metodologia do plano de marketing
    - Utilização de um plano de marketing
    - Etapas de construção de um plano de marketing
    - Construção de um plano de ação
  - Execução e o controlo de um plano de marketing
    - Execução e acompanhamento do plano de ação
    - Instrumentos de controlo de um plano de marketing
    - Planos contingenciais

5299

**Tecnologias de informação e comunicação**

**Carga horária**  
50 horas

**Objetivo(s)**

- Utilizar as aplicações informáticas mais frequentes.
- Criar uma apresentação.
- Criar folhetos, panfletos, cartazes, menus.
- Criar diapositivos.
- Inserir objetos multimédia.
- Criar uma folha de cálculo.
- Manipular fórmulas matemáticas num documento.

**Conteúdos**

- Fundamentos teóricos de aplicações informáticas como por exemplo *Windows / PowerPoint / AdobePhotoshop / Access / Excel / Publisher*
- Processamento de Texto
  - Criação de documentos
  - Funções avançadas
- Programa de apresentações multimédia
  - Criação de apresentações
  - Criação e apresentação de diapositivos
- Folha de Cálculo
  - Conceitos avançados
  - Geração de gráficos e listas

8004

## Sistemas de informação de suporte à gestão das operações de comércio internacional

**Carga horária**  
25 horas

### Objetivo(s)

- Avaliar as necessidades da empresa em termos de sistemas de informação nomeadamente as decorrentes da sua atividade internacional.
- Identificar o “estado da arte” dos sistemas de informação nomeadamente em termos de fontes de informação, técnicas de pesquisa de informação, segurança e proteção de dados.
- Identificar o papel das tecnologias de informação na gestão da informação de uma empresa.
- Construir, conceber e gerir uma base de dados relacional informatizada.
- Identificar as potencialidades das bases de dados informatizadas na gestão das relações comerciais com clientes, potenciais clientes e fornecedores.
- Identificar as características dos principais sistemas de transferência e gestão de dados e utilizar as suas potencialidades no âmbito da pesquisa de informação e gestão das operações de comércio internacional.

### Conteúdos

- Sistemas de informação e tecnologias de informação
  - Fontes de informação
  - Técnicas e meios de pesquisa de informação
  - Organização de sistemas de informação
  - Proteção de dados
  - Segurança de dados
  - Gestão dos direitos de acesso
- MS ACCESS
  - Ambiente ACCESS
    - Funções básicas das bases de dados
    - Ajustar funções de base
  - Bases de dados
    - Conceito de base de dados
    - Abrir, fechar, aceder a uma base de dados existente
    - Criar, guardar uma base de dados nova
    - Barras de ferramentas
  - Tratamento de dados
    - Tabelas
    - Formulários
    - Consultas
  - Automatização de tarefas
    - Relatórios
    - Impressão
  - Ligação a outros programas
    - Ligação ao MS Word / MS Excel
    - Importar / Exportar dados
- Sistemas de transferência e gestão de informação
  - EDE (*Electronic Data Exchange*)
  - Web EDE (*Web Electronic Data Exchange*)
  - EDM (*Electronic Data Management*)

8005

## Relações comerciais - prospeção

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Identificar e selecionar clientes-alvo de acordo com as características específicas dos mercados internacionais.
- Avaliar o potencial de compra dos clientes atuais.
- Elaborar planos de prospeção internacional, definindo critérios de análise, de acompanhamento e de avaliação.
- Realizar a prospeção e comunicação com clientes/parceiros potenciais.
- Definir ofertas comerciais adequadas às características dos mercados internacionais alvo.

### Conteúdos

- Mercados internacionais
  - Razões de Internacionalização
  - Etapas do processo de internacionalização
- Análise do ambiente internacional
  - Ambiente económico
  - Ambiente político-legal
  - Ambiente cultural
  - Ambiente tecnológico
  - Ambiente demográfico e social
  - Ambiente militar
- Formas de acesso a mercados internacionais
  - Exportação indireta
  - Exportação direta
  - Produção em mercados exteriores
- Seleção de mercados internacionais
- Prospeção internacional
  - Plano de prospeção e respetiva orçamentação
  - Técnicas de prospeção
  - Apoios à prospeção internacional
  - Relatórios de prospeção
- Critérios de análise e avaliação de clientes
  - Financeiros
  - Comerciais
  - Credibilidade
- Definição da oferta comercial
  - Produto
  - Preço
  - Comunicação
  - Distribuição

8006

## Relações comerciais - propostas e instrumentos de gestão e monitorização da atividade comercial

**Carga horária**  
25 horas

### Objetivo(s)

- Elaborar e acompanhar propostas comerciais internacionais.
- Identificar e aplicar os instrumentos de gestão e monitorização da atividade comercial.

### Conteúdos

- Propostas comerciais
  - Elaboração de propostas comerciais - etapas
  - Orçamentos
  - Procedimentos de Follow-up das propostas
- Instrumentos de gestão da atividade comercial
  - Custos, margens, preços, taxas e tarifas aduaneiras
  - Métodos de previsão
  - Orçamento de vendas e de tesouraria
  - Faturação
- Instrumentos de monitorização da gestão comercial
  - Definição de indicadores de monitorização
  - Análise de indicadores de monitorização
  - Estatísticas de vendas, margens, custos, faturação, fidelização de clientes, etc.
- CRM (*Customer Relationship Management*)

8007

## Negociação e venda em contexto internacional

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Identificar as funções e competências de um profissional de vendas em contexto internacional.
- Aplicar técnicas de venda presencial e por telefone em contexto inter e multicultural.
- Aplicar técnicas de negociação tendo em conta os diferentes fatores culturais que influenciam um processo negocial em contexto inter e multicultural.

### Conteúdos

- Funções do profissional de vendas em contexto internacional
- Competências do profissional de vendas em contexto internacional
  - Competências comportamentais
  - Competências técnicas
- Processo de venda
  - Prospeção
  - Preparação e planeamento
  - Primeiro contacto
  - Diagnóstico de necessidades
  - Apresentação
  - Argumentação
  - Fecho
  - Pós-Venda
- Venda por telefone
- Processos e etapas de negociação
  - Preparação
  - Detetar as necessidades do oponente
  - Sinais de mudança
  - Propostas
  - Troca de concessões
  - Fecho do acordo
  - Acerto das particularidades
- Negociação em contexto inter e multicultural
  - Estratégias para uma efetiva negociação intercultural
  - Diferenças culturais que afetam a negociação
  - Regras básicas de negociação e etiqueta em função dos países com que se estabelecem relações comerciais
- Planeamento e participação em feiras internacionais

0397

## Atendimento e serviço pós-venda

**Carga horária**  
25 horas

### Objetivo(s)

- Aplicar as técnicas de atendimento pós venda, esclarecendo o cliente sobre os direitos, garantias e serviço pós-venda

### Conteúdos

- Atendimento pós-venda
  - Postura do comercial no pós-venda
  - Fases do atendimento no pós-venda
- Serviço pós-venda
  - Garantias
  - Entregas
  - Assistência técnica
  - Importância de gerir os compromissos assumidos com o cliente, nomeadamente no tocante a prazos e condições
  - Deveres e direitos dos consumidores

8008

## Gestão das importações e aprovisionamentos

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Caracterizar a função compras na gestão estratégica da empresa.
- Identificar os principais condicionantes na internacionalização das compras e aprovisionamentos.
- Pesquisar e selecionar potenciais fornecedores internacionais tendo em conta as necessidades de aprovisionamento.
- Elaborar pedidos de propostas internacionais.
- Analisar e avaliar propostas internacionais.
- Planear as etapas do processo de negociação com fornecedores internacionais.
- Aplicar estratégias e técnicas de negociação com fornecedores internacionais no âmbito do processo de compras.

### Conteúdos

- Função compras
  - Evolução da função compras
  - Papel da função compras na cadeia de valor das empresas
  - Estrutura organizacional da função compras
  - Ética na função compras
  - Responsabilidades do profissional de compras
  - Interligações da função compras com outras funções
- Internacionalização das compras
  - Política de compras e estratégia de aprovisionamento da empresa
  - Critérios de internacionalização das compras
  - Fontes de informação específicas das compras em contexto internacional
  - Circuitos e redes de aprovisionamento
  - Financiamento do aprovisionamento
  - Regimes aduaneiros e gestão de riscos
- Identificação e seleção de fornecedores
  - Identificação das necessidades de aprovisionamento e suas especificações
  - Pesquisa de fornecedores
  - Qualificação de fornecedores
  - Elaboração de pedidos de propostas internacionais
  - Aspectos críticos a ter em conta na análise de propostas
  - Critérios de seleção e avaliação de fornecedores
  - Comparação de respostas num processo de compras
- Negociação com fornecedores
  - Etapas da negociação
  - Planeamento da negociação de compras
  - Estratégias e técnicas de negociação aplicadas às compras
  - Diferentes tipos de contratos
  - Gestão de contratos
- Avaliação de fornecedores
  - Metodologias e instrumentos de avaliação do desempenho dos fornecedores

8009

## Aprovisionamentos - novas tecnologias e instrumentos de gestão das compras

**Carga horária**  
25 horas

### Objetivo(s)

- Efetuar a gestão de contratos internacionais de compras/aprovisionamento.
- Utilizar as novas ferramentas tecnológicas de gestão de compras.
- Avaliar o desempenho dos fornecedores, aplicando as metodologias e instrumentos adequados.

### Conteúdos

- Novas tecnologias na gestão das compras
  - Vantagens da utilização das novas tecnologias na gestão das compras
  - Novas soluções emergentes do desenvolvimento da Internet
  - Plataformas de compras
  - E-procurement
  - E-sourcing
- Instrumentos de gestão das compras
  - Gestão dos aprovisionamentos
  - Custos das compras
  - Orçamentos de compras

8010

## Comércio internacional - enquadramento

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Identificar os principais elementos que distinguem as relações comerciais em contexto nacional e em contexto internacional.
- Identificar e avaliar as condicionantes e necessidades em termos de logística, transportes, armazenamento, seguros e financiamento decorrentes da realização de operações de comércio internacional.
- Identificar os regimes e direitos aduaneiros inerentes à atividade de import/ /export.
- Utilizar os documentos e aplicar os procedimentos aduaneiros necessários à execução das atividades de comércio internacional.

### Conteúdos

- Introdução ao comércio internacional
  - Globalização dos mercados e expansão internacional
  - Importância dos negócios internacionais na economia atual
  - Posição de Portugal nos fluxos de comércio e investimento mundial
  - Vantagem competitiva das nações
  - Investimento direto estrangeiro
- Logística do comércio internacional
  - Conceito de logística internacional e sua evolução
  - Atores da logística e seus papéis/responsabilidades
  - Logística como fator de competitividade
  - Cadeias de abastecimento internacionais
  - A periferidade relativamente aos mercados de destino e de origem
  - Logística própria versus logística subcontratada
- Transportes e armazenagem no comércio internacional
  - Modos de transporte
  - Vantagens e constrangimentos dos diferentes modos de transporte
  - Critérios e métodos de escolha dos modos de transporte
  - Organização das expedições segundo o modo de transporte
  - Soluções de armazenagem
  - Estratégias de localização dos stocks à escala global
- Regimes e procedimentos aduaneiros
  - Instrumentos de política aduaneira
  - Regimes aduaneiros e direitos aduaneiros em Portugal e outros países
  - Organizações nacionais e internacionais com competências aduaneiras
  - Declarações aduaneiras
  - Procedimentos aduaneiros
  - Desembaraço aduaneiro na exportação e na importação



8011

## Comércio internacional - operações financeiras e sistemas de seguros

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Identificar as principais características dos mercados financeiros internacionais.
- Enumerar os principais instrumentos de financiamento à exportação e à importação colocados à disposição das empresas.

### Conteúdos

- Financiamento do comércio internacional
  - Mercados financeiros internacionais
  - Mercado interbancário internacional
  - Necessidades de financiamento ligadas a operações internacionais
  - Instrumentos de financiamento à exportação e à importação
  - Operações de financiamento
  - Concessão de crédito, prazos e condições de pagamento
  - Créditos documentários
  - Factoring
- Sistemas de pagamento / cobrança internacionais
  - Tipologia de instrumentos de pagamento
  - Meios de pagamento das transações internacionais
  - Critérios de escolha dos meios e instrumentos de pagamento
  - Os riscos e os meios de cobrança das transações internacionais
- Seguros na atividade internacional
  - Seguros e transações internacionais
  - Principais seguros com relevância para as transações internacionais
    - . Crédito às exportações
    - . Mercadorias transportadas
    - . Responsabilidade do transportador de mercadorias por estrada
    - . Seguro marítimo - cascos

8012

## Comércio internacional - fiscalidade e gestão dos riscos

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Identificar e aplicar o regime fiscal em vigor nas operações de importação e exportação.
- Identificar e utilizar documentação própria das operações de importação e exportação.
- Avaliar o papel da documentação das operações de comércio internacional como elemento de segurança e garantia das transações internacionais.
- Identificar os riscos inerentes às operações internacionais, os respetivos métodos de prevenção e técnicas de cobertura.
- Avaliar as consequências para a empresa de uma deficiente política de gestão dos riscos.

### Conteúdos

- Fiscalidade nas operações de comércio internacional
  - Enquadramento fiscal do comércio internacional em sede de IRC e IVA
  - Incidência fiscal nas operações de comércio internacional
  - Regime do IVA nas transações intracomunitárias
  - Regime de tributação das aquisições intracomunitárias de bens
  - Obrigações declarativas e documentais
  - Convenções para evitar a dupla tributação internacional
  - Consequências do não-cumprimento das normas aplicáveis em matéria fiscal
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Operações de exportação
  - Operações de importação
- Gestão dos riscos na atividade internacional
  - Tipologia de riscos das operações internacionais
  - Técnicas de avaliação dos riscos
  - Métodos de prevenção
  - Técnicas de cobertura dos riscos decorrentes das transações internacionais
  - Consequências para a empresa de uma deficiente política de gestão dos riscos

8013

## Comércio internacional - incoterms

**Carga horária**  
25 horas

### Objetivo(s)

- Identificar as funções, características e diferentes categorias de *incoterms*.
- Utilizar os principais termos do comércio internacional, aplicando-os aos contratos de compra e venda internacional.

### Conteúdos

- *Incoterms* - definição e enquadramento
  - Objetivos e funções dos *incoterms* no comércio internacional
  - Categorias de *incoterms*
  - Principais termos utilizados nos contratos de compra e venda internacional
  - Características dos *incoterms* no comércio internacional
  - Critérios de distinção das diferentes categorias dos *incoterms*
- *Incoterms* \_ segurança e garantia
  - Consequências da transferência do risco com a entrega da mercadoria
  - Documentação: elementos de segurança e garantia
  - Principais litígios na utilização dos *incoterms*

8018

## Gestão e comunicação intercultural

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Reconhecer a importância da cultura nas práticas de gestão e na atividade de comércio internacional.
- Analisar as consequências que as diferenças culturais causam ao nível da comunicação e gestão num ambiente multicultural.
- Gerir a comunicação e o relacionamento intercultural de uma forma eficaz num contexto de negócios multicultural.

### Conteúdos

- Introdução à gestão intercultural
  - Conceito de gestão intercultural
  - Globalização e mundialização das tendências
  - Origens e problemas das relações internacionais e interculturais
- Cultura
  - Conceito
  - Componentes de uma cultura nacional
  - Diferenças culturais
  - A cultura e a comunicação
  - A cultura e a organização
  - A cultura e a estratégia
- Consequências e implicações das diferenças culturais
  - Modelos e padrões de comunicação
  - Atitudes padrão face a conflitos e regras
  - Mal-entendidos e conflitos interculturais
  - Imagens mentais das organizações
  - Relação com o tempo e pontualidade
  - Relação com autoridade
  - Relação com o desconhecido e a ambiguidade
  - Competição versus cooperação
  - "Eu" versus "Nós"
- Gestão das relações interculturais
  - Cultura organizacional e práticas de gestão em diferentes áreas culturais
  - Etiqueta e protocolo empresarial
  - Especificidades das relações laborais nas diferentes áreas culturais
  - Comunicação em contexto intercultural
  - Liderança em contexto intercultural
  - Gestão de conflitos em contexto intercultural
  - Gestão de equipas em contexto intercultural

8019

Direito internacional

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Explicar a importância da ordem jurídica enquanto ordem social normativa e os seus fundamentos.
- Identificar os vários tipos de normas, a sua interpretação e aplicação, a relação jurídica e os seus sujeitos.
- Interpretar a legislação aplicável ao setor do comércio em contexto nacional e internacional.

### Conteúdos

- Introdução ao direito
  - Noção de direito
  - Noção de Estado
  - Breves noções de Direito Constitucional
  - Regra jurídica
  - Tipos e hierarquia das normas
  - Relação jurídica
- Direito do trabalho
  - Fontes de direito do trabalho
  - Formação, execução, cessação e suspensão do contrato de trabalho
  - Estruturas representativas dos trabalhadores e do patronato
- Direito comercial
  - Introdução
  - Comerciante em nome individual
  - Sociedades comerciais
  - Contratos comerciais
  - Títulos de crédito
  - Garantia das obrigações
- Direito fiscal
  - Noção de direito fiscal
  - Fiscalidade e a atividade empresarial
  - Tipos de taxas e impostos
  - Fases do imposto
- Direito do consumo e dos consumidores
- Direito comunitário
  - Noção de direito comunitário
  - Direito comunitário Originário
  - As quatro liberdades
  - Integração económica
  - Políticas comuns
  - Cidadania europeia
  - Poderes, estrutura e funcionamento das instituições comunitárias (Parlamento, Comissão do Conselho Europeu, Conselho, Tribunal)
  - Outras Instituições (Tribunal de Contas, Banco Central Europeu)
  - Direito comunitário derivado: regulamento, diretiva; decisão, recomendação e parecer
  - Procedimento de feitura da norma comunitária
  - Relações entre direito comunitário e o direito interno dos Estados Membros
- Direito comercial internacional
  - Quadro legal do comércio internacional
    - Conceito e terminologia
    - Formação do contrato e responsabilidade pré-contratual
    - Recurso a "standard contract terms"
  - Resolução de litígios
    - Antecipação de problemas
    - Solução negociada
    - Litigância internacional
    - Arbitragem internacional
    - Aplicação da decisão
  - Contrato de compra e venda internacional
    - Regras e elementos básicos do contrato de compra e venda internacional
    - Cláusulas fundamentais
    - Recurso a condições gerais de venda
    - Os Incoterms
  - Contratos internacionais de agência, distribuição e franchising
  - Diferentes tipos de garantias de cumprimento no comércio internacional
  - Transporte internacional de mercadorias
    - Convenções internacionais
    - Contrato de transporte
    - Responsabilidade do transportador

8020

Economia internacional

**Carga horária**  
25 horas

**Objetivo(s)**

- Caracterizar a teoria económica de funcionamento dos mercados e das conjunturas económicas nacionais e internacionais.

**Conteúdos**

- Economia internacional
  - Teorias das trocas internacionais
    - Modelos
    - Razões de troca
    - Economias de escala e a concorrência imperfeita
    - Especialização
  - Relações comerciais internacionais
    - Política internacional
    - GATT / OMC
    - Comércio e o desenvolvimento
    - Políticas comerciais dos países avançados
  - Finanças internacionais
    - Sistema monetário internacional
    - Balança de pagamentos
    - Mercados cambiais, flutuações de moeda e taxas de câmbio
    - Financiamento internacional
    - Investimento internacional

8014

Língua espanhola – atividade empresarial

**Carga horária**  
50 horas

**Objetivo(s)**

- Comunicar em língua espanhola.
- Aplicar o vocabulário específico da atividade empresarial, em língua espanhola.

**Conteúdos**

- Contactos profissionais utilizando a língua espanhola
  - Identificação pessoal e profissional
  - Apresentações formais
  - Descrição de cargos, departamentos e atividades
  - Comunicação hierárquica
  - Comunicação interna e externa
- Temáticas e terminologias relacionadas com o funcionamento da empresa em língua espanhola
  - Gestão da empresa
  - Marketing
  - Vendas
  - Financeira
  - Contexto internacional

8016

## Língua inglesa – atividade empresarial

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Comunicar em língua inglesa.
- Aplicar o vocabulário específico da atividade empresarial, em língua inglesa.

### Conteúdos

- Contactos profissionais utilizando a língua inglesa
  - Identificação pessoal e profissional
  - Apresentações formais
  - Descrição de cargos, departamentos e atividades
  - Comunicação hierárquica
  - Comunicação interna e externa
- Temáticas e terminologias relacionadas com o funcionamento da empresa em língua inglesa
  - Gestão da empresa
  - Marketing
  - Vendas
  - Financeira
  - Contexto internacional

8130

## Língua francesa – atividade empresarial

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Comunicar em língua francesa.
- Aplicar o vocabulário específico da atividade empresarial, em língua francesa.

### Conteúdos

- Contactos profissionais utilizando a língua francesa
  - Identificação pessoal e profissional
  - Apresentações formais
  - Descrição de cargos, departamentos e atividades
  - Comunicação hierárquica
  - Comunicação interna e externa
- Temáticas e terminologias relacionadas com o funcionamento da empresa em língua francesa
  - Gestão da empresa
  - Marketing
  - Vendas
  - Financeira
  - Contexto internacional

8131

## Língua italiana – atividade empresarial

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Comunicar em língua italiana.
- Aplicar o vocabulário específico da atividade empresarial, em língua italiana.

### Conteúdos

- Contactos profissionais utilizando a língua italiana
  - Identificação pessoal e profissional
  - Apresentações formais
  - Descrição de cargos, departamentos e atividades
  - Comunicação hierárquica
  - Comunicação interna e externa
- Temáticas e terminologias relacionadas com o funcionamento da empresa em língua italiana
  - Gestão da empresa
  - Marketing
  - Vendas
  - Financeira
  - Contexto internacional

8132

## Língua holandesa – atividade empresarial

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Comunicar em língua holandesa.
- Aplicar o vocabulário específico da atividade empresarial, em língua holandesa.

### Conteúdos

- Contactos profissionais utilizando a língua holandesa
  - Identificação pessoal e profissional
  - Apresentações formais
  - Descrição de cargos, departamentos e atividades
  - Comunicação hierárquica
  - Comunicação interna e externa
- Temáticas e terminologias relacionadas com o funcionamento da empresa em língua holandesa
  - Gestão da empresa
  - Marketing
  - Vendas
  - Financeira
  - Contexto internacional

8133

## Língua finlandesa – atividade empresarial

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Comunicar em língua finlandesa.
- Aplicar o vocabulário específico da atividade empresarial, em língua finlandesa.

### Conteúdos

- Contactos profissionais em língua utilizando a língua finlandesa
  - Identificação pessoal e profissional
  - Apresentações formais
  - Descrição de cargos, departamentos e atividades
  - Comunicação hierárquica
  - Comunicação interna e externa
- Temáticas e terminologias relacionadas com o funcionamento da empresa em língua finlandesa
  - Gestão da empresa
  - Marketing
  - Vendas
  - Financeira
  - Contexto internacional

8134

## Língua norueguesa – atividade empresarial

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Comunicar em língua norueguesa.
- Aplicar o vocabulário específico da atividade empresarial, em língua norueguesa.

### Conteúdos

- Contactos profissionais em língua utilizando a língua norueguesa
  - Identificação pessoal e profissional
  - Apresentações formais
  - Descrição de cargos, departamentos e atividades
  - Comunicação hierárquica
  - Comunicação interna e externa
- Temáticas e terminologias relacionadas com o funcionamento da empresa em língua norueguesa
  - Gestão da empresa
  - Marketing
  - Vendas
  - Financeira
  - Contexto internacional

8135

## Língua sueca – atividade empresarial

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Comunicar em língua sueca.
- Aplicar o vocabulário específico da atividade empresarial, em língua sueca.

### Conteúdos

- Contactos profissionais em língua utilizando a língua sueca
  - Identificação pessoal e profissional
  - Apresentações formais
  - Descrição de cargos, departamentos e atividades
  - Comunicação hierárquica
  - Comunicação interna e externa
- Temáticas e terminologias relacionadas com o funcionamento da empresa em língua sueca
  - Gestão da empresa
  - Marketing
  - Vendas
  - Financeira
  - Contexto internacional

8015

## Língua espanhola – atividade comercial e comércio internacional

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Aplicar o vocabulário específico da atividade comercial e do comércio internacional, em língua espanhola.

### Conteúdos

- Contactos/relações comerciais com clientes/representantes/fornecedores/outros prestadores de serviços/serviços oficiais competentes em língua espanhola
  - Atendimento presencial
  - Atendimento telefónico
  - Reuniões (presenciais e a distância)
- Visitas, viagens e missões ao estrangeiro
  - Contactos orais e escritos com hotéis, agências de viagens e meios de transporte
  - Reservas
  - Outras situações: refeições, lugares, direções, etc.
- Correspondência comercial relevante para a atividade de comércio internacional
  - Aspectos formais
  - Documentação de apresentação pessoal, da empresa e dos produtos/serviços
  - Pedidos de informação ou inquérito, de documentação, de propostas de fornecimento, de orçamentos/preços
  - Cartas de encomenda e de pagamentos
  - Cartas de resposta
  - Cartas de reclamação
  - Faxes e e-mails
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Propostas comerciais
  - Memorandos, relatórios e súmulas
  - Contratos de compra e venda internacional
  - Seguros (apólices, contrato de seguro, carta de seguro ...)
  - Contrato de transporte, guias de transporte
  - Obrigações declarativas e documentais em matéria fiscal e aduaneira



8017

## Língua inglesa - atividade comercial e comércio internacional

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Aplicar o vocabulário específico da atividade comercial e do comércio internacional, em língua inglesa.

### Conteúdos

- Contactos/relações comerciais com clientes/representantes/fornecedores/outras prestadoras de serviços/serviços oficiais competentes em língua inglesa
  - Atendimento presencial
  - Atendimento telefónico
  - Reuniões (presenciais e a distância)
- Visitas, viagens e missões ao estrangeiro
  - Contactos orais e escritos com hotéis, agências de viagens e meios de transporte
  - Reservas
  - Outras situações: refeições, lugares, direções, etc.
- Correspondência comercial relevante para a atividade de comércio internacional
  - Aspectos formais
  - Documentação de apresentação pessoal, da empresa e dos produtos/serviços
  - Pedidos de informação ou inquérito, de documentação, de propostas de fornecimento, de orçamentos/preços
  - Cartas de encomenda e de pagamentos
  - Cartas de resposta
  - Cartas de reclamação
  - Faxes e e-mails
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Propostas comerciais
  - Memorandos, relatórios e sumulas
  - Contratos de compra e venda internacional
  - Seguros (apólices, contrato de seguro, carta de seguro ...)
  - Contrato de transporte, guias de transporte
  - Obrigações declarativas e documentais em matéria fiscal e aduaneira

8136

## Língua francesa - atividade comercial e comércio internacional

**Carga horária**  
50 horas

### Objetivo(s)

- Aplicar o vocabulário específico da atividade comercial e do comércio internacional, em língua francesa.

### Conteúdos

- Contactos/relações comerciais com clientes/representantes/fornecedores/outras prestadoras de serviços/serviços oficiais competentes em língua francesa
  - Atendimento presencial
  - Atendimento telefónico
  - Reuniões (presenciais e a distância)
- Visitas, viagens e missões ao estrangeiro
  - Contactos orais e escritos com hotéis, agências de viagens e meios de transporte
  - Reservas
  - Outras situações: refeições, lugares, direções, etc.
- Correspondência comercial relevante para a atividade de comércio internacional
  - Aspectos formais
  - Documentação de apresentação pessoal, da empresa e dos produtos/serviços
  - Pedidos de informação ou inquérito, de documentação, de propostas de fornecimento, de orçamentos/preços
  - Cartas de encomenda e de pagamentos
  - Cartas de resposta
  - Cartas de reclamação
  - Faxes e e-mails
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Propostas comerciais
  - Memorandos, relatórios e sumulas
  - Contratos de compra e venda internacional
  - Seguros (apólices, contrato de seguro, carta de seguro ...)
  - Contrato de transporte, guias de transporte
  - Obrigações declarativas e documentais em matéria fiscal e aduaneira

8137

**Língua italiana - atividade comercial e comércio internacional**

**Carga horária**  
50 horas

**Objetivo(s)**

- Aplicar o vocabulário específico da atividade comercial e do comércio internacional, em língua italiana.

**Conteúdos**

- Contactos/relações comerciais com clientes/representantes/fornecedores/outras prestadores de serviços/serviços oficiais competentes em língua italiana
  - Atendimento presencial
  - Atendimento telefónico
  - Reuniões (presenciais e a distância)
- Visitas, viagens e missões ao estrangeiro
  - Contactos orais e escritos com hotéis, agências de viagens e meios de transporte
  - Reservas
  - Outras situações: refeições, lugares, direções, etc.
- Correspondência comercial relevante para a atividade de comércio internacional
  - Aspectos formais
  - Documentação de apresentação pessoal, da empresa e dos produtos/serviços
  - Pedidos de informação ou inquérito, de documentação, de propostas de fornecimento, de orçamentos/preços
  - Cartas de encomenda e de pagamentos
  - Cartas de resposta
  - Cartas de reclamação
  - Faxes e e-mails
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Propostas comerciais
  - Memorandos, relatórios e sumulas
  - Contratos de compra e venda internacional
  - Seguros (apólices, contrato de seguro, carta de seguro ...)
  - Contrato de transporte, guias de transporte
  - Obrigações declarativas e documentais em matéria fiscal e aduaneira

8138

**Língua holandesa - atividade comercial e comércio internacional**

**Carga horária**  
50 horas

**Objetivo(s)**

- Aplicar o vocabulário específico da atividade comercial e do comércio internacional, em língua holandesa.

**Conteúdos**

- Contactos/relações comerciais com clientes/representantes/fornecedores/outras prestadores de serviços/serviços oficiais competentes em língua holandesa
  - Atendimento presencial
  - Atendimento telefónico
  - Reuniões (presenciais e a distância)
- Visitas, viagens e missões ao estrangeiro
  - Contactos orais e escritos com hotéis, agências de viagens e meios de transporte
  - Reservas
  - Outras situações: refeições, lugares, direções, etc.
- Correspondência comercial relevante para a atividade de comércio internacional
  - Aspectos formais
  - Documentação de apresentação pessoal, da empresa e dos produtos/serviços
  - Pedidos de informação ou inquérito, de documentação, de propostas de fornecimento, de orçamentos/preços
  - Cartas de encomenda e de pagamentos
  - Cartas de resposta
  - Cartas de reclamação
  - Faxes e e-mails
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Propostas comerciais
  - Memorandos, relatórios e sumulas
  - Contratos de compra e venda internacional
  - Seguros (apólices, contrato de seguro, carta de seguro ...)
  - Contrato de transporte, guias de transporte
  - Obrigações declarativas e documentais em matéria fiscal e aduaneira

8139	<b>Língua finlandesa - atividade comercial e comércio internacional</b>	<b>Carga horária</b> 50 horas
------	---	----------------------------------

<b>Objetivo(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar o vocabulário específico da atividade comercial e do comércio internacional, em língua finlandesa.</li> </ul>
--------------------	--

<b>Conteúdos</b>
------------------

- Contactos/relações comerciais com clientes/representantes/fornecedores/outras prestadores de serviços/serviços oficiais competentes em língua finlandesa
  - Atendimento presencial
  - Atendimento telefónico
  - Reuniões (presenciais e a distância)
- Visitas, viagens e missões ao estrangeiro
  - Contactos orais e escritos com hotéis, agências de viagens e meios de transporte
  - Reservas
  - Outras situações: refeições, lugares, direções, etc.
- Correspondência comercial relevante para a atividade de comércio internacional
  - Aspectos formais
  - Documentação de apresentação pessoal, da empresa e dos produtos/serviços
  - Pedidos de informação ou inquérito, de documentação, de propostas de fornecimento, de orçamentos/preços
  - Cartas de encomenda e de pagamentos
  - Cartas de resposta
  - Cartas de reclamação
  - Faxes e e-mails
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Propostas comerciais
  - Memorandos, relatórios e súmulas
  - Contratos de compra e venda internacional
  - Seguros (apólices, contrato de seguro, carta de seguro ...)
  - Contrato de transporte, guias de transporte
  - Obrigações declarativas e documentais em matéria fiscal e aduaneira

8140	<b>Língua norueguesa - atividade comercial e comércio internacional</b>	<b>Carga horária</b> 50 horas
------	---	----------------------------------

<b>Objetivo(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar o vocabulário específico da atividade comercial e do comércio internacional, em língua norueguesa.</li> </ul>
--------------------	--

<b>Conteúdos</b>
------------------

- Contactos/relações comerciais com clientes/representantes/fornecedores/outras prestadores de serviços/serviços oficiais competentes em língua norueguesa
  - Atendimento presencial
  - Atendimento telefónico
  - Reuniões (presenciais e a distância)
- Visitas, viagens e missões ao estrangeiro
  - Contactos orais e escritos com hotéis, agências de viagens e meios de transporte
  - Reservas
  - Outras situações: refeições, lugares, direções, etc.
- Correspondência comercial relevante para a atividade de comércio internacional
  - Aspectos formais
  - Documentação de apresentação pessoal, da empresa e dos produtos/serviços
  - Pedidos de informação ou inquérito, de documentação, de propostas de fornecimento, de orçamentos/preços
  - Cartas de encomenda e de pagamentos
  - Cartas de resposta
  - Cartas de reclamação
  - Faxes e e-mails
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Propostas comerciais
  - Memorandos, relatórios e súmulas
  - Contratos de compra e venda internacional
  - Seguros (apólices, contrato de seguro, carta de seguro ...)
  - Contrato de transporte, guias de transporte
  - Obrigações declarativas e documentais em matéria fiscal e aduaneira

8141

**Língua sueca - atividade comercial e comércio internacional**

**Carga horária**  
50 horas

**Objetivo(s)**

- Aplicar o vocabulário específico da atividade comercial e do comércio internacional, em língua sueca.

**Conteúdos**

- Contactos/relações comerciais com clientes/representantes/fornecedores/outras prestadores de serviços/serviços oficiais competentes em língua sueca
  - Atendimento presencial
  - Atendimento telefónico
  - Reuniões (presenciais e a distância)
- Visitas, viagens e missões ao estrangeiro
  - Contactos orais e escritos com hotéis, agências de viagens e meios de transporte
  - Reservas
  - Outras situações: refeições, lugares, direções, etc.
- Correspondência comercial relevante para a atividade de comércio internacional
  - Aspectos formais
  - Documentação de apresentação pessoal, da empresa e dos produtos/serviços
  - Pedidos de informação ou inquérito, de documentação, de propostas de fornecimento, de orçamentos/preços
  - Cartas de encomenda e de pagamentos
  - Cartas de resposta
  - Cartas de reclamação
  - Faxes e e-mails
- Documentação nas operações de comércio internacional
  - Propostas comerciais
  - Memorandos, relatórios e súmulas
  - Contratos de compra e venda internacional
  - Seguros (apólices, contrato de seguro, carta de seguro ...)
  - Contrato de transporte, guias de transporte
  - Obrigações declarativas e documentais em matéria fiscal e aduaneira

#### 4. Sugestão de Recursos Didáticos

- LIVROS, MANUAIS E OUTRAS PUBLICAÇÕES
- “A Expedição de Mercadorias no Mercado Interno e Exportação para Mercados Externos” Autores: Maria João Gregório e Ana Ribeiro Alves Edição: Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas (IAPMEI), 1993
- “A Gestão de uma Equipa: Guia para Negociar, Animar, Formar” Autores: Jean Simonet e Rennée Simone Editor: CETOP, Mem Martins, 1990
- “A Negociação: Estratégias e Táticas” Autor: Jorge Correia Jesuino Texto Editora, Lisboa, 1992
- “A Nova Concorrência” – Autores: Philip Kotler, Liam Fahey e Somkid Jatusripitak Editor: Prentice Hall do Brasil, 1986
- “Accueillir et Vendre dans le Point de Vente: Guide Pratique” Autor: Pierre Étienne Grêlé Editor: Starting Éditions, Paris, 1994
- “Action Commerciale: Le Cas Stafiore et 10 Points-Clés” Autor: Bruno Camus Editor: Lés Éditions d’Organisation, Paris, 1992
- “Action Commerciale: Travaux Pratiques” Autores: R. Brennemann, D. Guiot e Charles Padeloup Editor: Les Éditions Foucher, Paris 1992
- “Administration Commerciale” Autores: I. Creuzet, T. Fontanet e C. Magnin Editor: Les Éditions Foucher, Paris, 1990
- “Animação da Rede de Vendas” Autor: Michel Jouhannaud Editorial Pórtico, Lisboa, 1971
- “Animation et Contrôle de la Force de Vente” Autores: Alfred Zeyl e Armand Dayan Editor: Les Éditions d’Organisation, Paris, 1987
- “Atlas das Relações Internacionais” Coordenação: Pascal Bonifacé Editor: Plátano, 1999
- “Comercial & Marketing: Guia para Profissionais de Marketing e Vendas” Autor: Camilo Lourenço Edição: Revista Valor, Lisboa, 1994
- “Comércio Internacional Português 1995” Coordenação: ICEP Edição: Instituto do Comércio Externo de Portugal, 1996
- “Comércio Internacional: Teoria e Evidência Empírica” – Autor: H. Roberto Heller Editor: Atlas, São Paulo, 1978
- “Comércio Internacional: Teorias e Técnicas” Coordenação de: António Romão Edição: ICEP, 1991
- “Communication et Négociation” Autores: Miguel Chozas, Christien Jullien, Philippe Gabilliet Editor: Les Éditions Foucher, Paris, 1992
- “Como Comercializar um Produto: Guia Prático de Marketing para Pequenas e Médias Empresas” Autores: Douglas Gray e Donald Cyr Editor: CETOP, Mem Martins, 1990
- “Como Comercializar um Serviço: Um Guia de Planeamento para Pequenas e Médias Empresas” Autores: Jean Withers e Carol Vipperman Editor: CETOP, Mem Martins, 1990
- “Como Fazer Promoção de Vendas: Técnicas e Conceitos – Negociação com as Grandes Superfícies – Internet e as Promoções” – Autor: Pedro Quelhas Brito Editor: McGraw-Hill de Portugal, 2000
- “Créateurs d’Entreprise: Votre Stratégie Marketing” Autor: Jean-Pierre Fargane Editor: Les Éditions d’Organisation, Paris, 1990
- “Curso de Especialistas de Comércio Exterior” Coordenação: Câmara de Comércio e Indústria Edição: Câmara de Comércio e Indústria, Madrid, 1996
- “De l’Étude de Marché à l’Action Commerciale: Guide Pratique du Marketing de la Création d’Entreprise” Autores: Patrick Sibille, Bernard G. Cholle Editor: A.N.C.E., Paris, 1990
- “Dicionário de Marketing” Autores: Caetano Alves e Sílvia Bandeira Editor: IPAM, Porto, 1998
- “Dicionário do Comércio Externo: termos usados em comércio internacional e sua interpretação” – Autor: A. Campo Grandé Edição: Associação Portuguesa de Profissionais em Comércio Externo (APPCE), 1989
- “Dictionnaire Méthodologique du Marketing” – Autor: Guy Serraf Editor: Les Éditions d’Organisation, Paris, 1985
- “Diriger Animer: Promouvoir un Point de Vente” Autor: Pierre Étienne Grêlé Editor: Starting Éditions, Paris, 1991
- “Economia Internacional” Autor: Bo Soderstein Editor: Interciência, 1979
- “Estudos de Mercado: Setor Importação e Exportação” – Autores: Paulo Mendes Pinto e Pedro Matos Edição: CECO, 1994
- “Evolução do Comércio Internacional em 1994” Coordenação: DGC Edição: Direção Geral do Comércio, 1996
- “Exporter – Pratique du Commerce International” Autores: H. Coiffier, F. Duphil e N.G. Editor: Foucher, Paris, 1985
- “Extraterritorialidade e Comércio Internacional: Um Exercício de Direito Americano” – Autores: Isabel Jalles Editor: Bertrand, 1988
- “Gestão de Espaços Comerciais” – Autor: Pedro Silva Pereira Edição CECO, 2000
- “Gestão Estratégica: Enfrentar a Mudança” – Autor: Luís Cardoso Editor: IAPMEI, 1992
- “Gestion Commerciale” – Autores: P. Bassot e D. Durafour Editor: Les Éditions Foucher, Paris 1991
- “Iniciação ao Comércio Internacional” Autor: José F. Tavares Edição: Direção Geral do Comércio, 1994
- “L’Entretien de Vente – Une Méthode – Des Jeux de Rôle – Préparation à l’Épreuve APAV du BTS Force de Vente” – Autores: Miguel Chozas, Christine Jullien, Patrick Roussel Editor: Les Éditions Foucher, Paris, 1994
- “La Logistique à l’Export” Autor: Roger Folco Editor: Les Éditions d’Organisat, Paris, 1987

- “La Négocommunication – Pratique de la Relation Commerciale Producteur - Distributeur” Autor: Patrick Mollé Editor: Les Éditions d'Organisat, Paris, 1987
- “La Vente à Domicile” Autor: Francis Roeckel Editor: Les Éditions d'Organisation, Paris, 1986
- “La Vente dans Tous ses États: les Cinq Étapes d'une Vente Réussie” Autor: Olivier Igon Editor: Les Éditions d'Organisation, Paris, 1990
- “Le Client d'Abord: La Démarche Qualité dans la Vente” – Autores: Geneviève Pernel e Jean-Guy Dezalay Editor: Les Éditions d'Organisation, Paris, 1992
- “Le Marketing Direct” Autor: Muriel Toullec Editor: APCCI/CECOD, Paris, 1989
- “Le Marketing Selon McKenna” Autor: Regis McKenna Editor: Inter Éditions, Paris, 1985
- “Le Marketing: Quels Métiers?” Autor: M. Badoç Editor: Dunod, Paris, 1985
- “Le Réseau de Vente: Élément Méconnu du Marketing” Autor: Yves Fournis Editor: Bordas, Paris, 1987
- “Le Savoir Vendre” Autor: Christian Miller Editor: Les Éditions d'Organisation, Paris, 1990
- “Le Technicien du Commerce International” Autor: Pierre-Guy de Lentdecker Editor: Hommes et Techniques, Paris, 1986
- “Les Deux Dimensions de la Vente – The Grid for Sales Excellence” – Autores: Robert R. Blake e Jane Srygley Mouton Editor: Les Éditions d'Organisation, Paris, 1971
- “Les Secrets de la Vente par Correspondance: Mécanismes, Méthodes, Stratégies” Autor: Jean-Pierre Lehnish Editor: Entreprise Moderne d'Éditions, Paris, 1981
- “Lez 10 Clefs de l'Efficacité du Délégué Commercial” – Autor: René Moulinier Editor: Les Éditions d'Organisation, Paris, 1984
- “Manual de Distribuição” Autor: José António Rousseau Editor: abril/ /Controljornal, 1997
- “Manual de Exportação” – Autor: A. Campo Grandê Edição: Associação Portuguesa de Profissionais em Comércio Externo (APPCE), 1994
- “Manual de Importação” Autor: A. Campo Grandê Edição: Associação Portuguesa de Profissionais em Comércio Externo (APPCE), 1994
- “Manual de Vendas” – Autor: Tom Hopkins Editor: Presença, Lisboa, 1987
- “Marketing Challenges: Cases and Exercises” – Autor: Christopher Lovelock Editor: McGraw-Hill, Singapore, 1985
- “Marketing de Serviços Profissionais e de Consultoria” Autores: Dick Connor e Jeffrey P. Davidson Editor: Makron Books, São Paulo, 1993
- “Marketing em Portugal: Um Guia de Ação” Autor: João Coelho Nunes Editora: Texto, 1989
- “Marketing Integrado: Chave da Competitividade Industrial” Autora: Camille Verã Editor: Monitor, 1991
- “Marketing Interne et Management des Hommes” Autor: Michel Levionnois Editor: Les Éditions d'Organisat, Paris, 1987
- “Marketing na Internet” Autores: Jagdish N. Sheth, Abdolreza Eshghi, Balaji C. Krishnan Editor: Bookman, Porto Alegre, 2002
- “Marketing para a Pequena Empresa” Autor: Dave Patten Editor: Presença, 1987
- “Marketing Research: An Applied Approach” Autores: Thomas Kinnear e J. Taylor Editor: McGraw-Hill, Singapore, 1987
- “Marketing: As Artes de uma Ciência” Autora: Maria do Céu Amara Edição IEF, 1995
- “Marketing: Conceitos, Exercícios, Casos” Autor: Alexandre Luzzi Las Casas Editor: Atlas, São Paulo, 1987
- “Marketing: Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão” Autor: Aníbal Pires Editor: Verbo, Lisboa, 1991
- “Marketing” – Autor: John Stapleton Editor: Presença, 1990
- “Marketing” Autor: Vítor Pereira Edição: CECO, 2008
- “Marketing” Autora: Maria Clara Almeida Edição: CECO, 2000
- “Mercatique: Gestion Commerciale” Autor: Philippe Baux Editor: Les Éditions d'Organisation, Paris, 1981
- “Mercator 2000: Teoria e Prática do Marketing” Autor: Bernard Brochand Edições Dom Quixote, 2000
- “Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing” Autor: Denis Lindon Edições Dom Quixote, 2004
- “Mercator: Teoria e Prática do Marketing” Autor: Jacques Lendrevie Edições Dom Quixote, 1992
- “Modèles de Lettres qui Vendent: Prêts à l'Emploi” – Autor: Edward W. Werz Editor: Top Éditions, Paris, 1992
- “Modèles de Lettres qui Vendent: Prêts à l'Emploi” – Autor: Edward W. Werz Editor: Top Éditions, Paris, 1992
- “Negociação: Técnicas e Ferramentas” – Autores: Mário Parra da Silva, Margarida Infante e Anabela Vaz Ribeiro Editor: LIDEL, Lisboa, 2000
- “Negociação” – Autor: António Ricardo Edições CECO, 2008
- “Negociação” – Autor: Rui Gaspar Edições CECO, 2000
- “Negociar com Sucesso: Estratégias e Táticas de Ganhar-Ganhar” Autor: Robert B. Maddux Editor: Monitor, Lisboa, 1991
- “Negociar: A Chave para o Êxito” Autor: Jean-François Maubert Edições CETOP, Mem Martins, 1991
- “Négociations Commerciales” Autores: Max Dany, Josiane Fievez-Dupas, Roger Meaudrê Editor: Hachette, 1922
- “Négociier en Anglais comme en Français” Autores: Bénédicte Lapeyre e Pamela Sheppard Editor: Les Éditions d'Organisation, Paris, 1992
- “O Direito e o Marketing” Autora: Delia Falcão Editor: Rei dos Livros, 1996
- “O Marketing da Sua Empresa” Autor: Acácio Manuel Pereira Magrão Edição: IAPMEI, 1984
- “O Setor Exportador Português: Possíveis Reformas” Autor: Ulrike Zilz Edição: Federação do Comércio Grossista

Português, 1989

- “Objectif: Vendre” Autores: Patrice Chevalier, Francine Salvan e Jean Luc Salvan Editor: Foucher, Paris, 1986
- “Persuader pour Vendre” Autores: John H. Herd e Donald J. Moine Editor: Les Éditions d’Organisation, Paris, 1987
- “Portugal e a Europa no Mercado Mundial da Qualidade” – Autor: João Boléu Tomé Edição: Associação Portuguesa para a Qualidade, 1991
- “Portugal: Relações Económicas com Países de Língua Portuguesa” – Coordenação: ICEP Edição: ICEP, 1996
- “Précis du Management Commercial” Autor: Bruno Camus Editor: Les Éditions d’Organisation, Paris, 1991
- “Publicidade e Comunicação” Autor: António Silva Gomes Texto Editora, Lisboa, 2003
- “Publicitor” Autor: Bernard Brochand Edições Dom Quixote, Lisboa, 1999
- “Réaliser Votre Étude de Marché: L’Étude Commerciale et le Plan Marketing” Autor: Patrick Sibille Editor: A.N.C.E., Paris, 1990
- “Réussir la Vente: 60 Principes Clés – faciles à mémoriser, faciles à appliquer” Autor: Gérard Lebrun Editor: Les Éditions d’Organisation, Paris, 1989
- “Réussir la Vente: 60 Principes Clés – faciles à mémoriser, faciles à appliquer” Autor: Gérard Lebrun Editor: Les Éditions d’Organisation, Paris, 1989
- “Savoir Négocier Face à Face” Autor: Bernard Missenard Editor: Les Éditions d’Organisation, Paris, 1987
- “Savoir Vendre en Magasin: donnez à vos clients l’envie d’acheter et de revenir” Autor: Derek Shingleton Editor: Chotard et Associés Éditeurs, Paris, 1988
- “Savoir Vendre pour Vendre Plus” – Autor: Serge Coureau Editor: Bordas, Paris, 1986
- “Serviço Pós-Venda e Marketing” Autor: J. Ziller Editor: Livraria Clássica, 1973