

REFERENCIAL DE FORMAÇÃO

Técnico/a Especialista em Comércio Internacional

ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO: 341 - Comércio

CÓDIGO DA QUALIFICAÇÃO: 341__

NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO:

5

1. DESCRIÇÃO GERAL DA QUALIFICAÇÃO:

Efetuar a monitorização e prospeção em mercados internacionais, promover e negociar produtos e serviços com clientes e fornecedores, preparar, realizar e monitorizar as transações, garantindo a otimização dos processos de importação e exportação.

2. MODALIDADES DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO:

- CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO TECNOLÓGICA (CET)

	Código	UFCD	Horas
Formação Geral e Científica	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 150

3. MAPEAMENTO DE UNIDADES DE FORMAÇÃO¹:

UFCD OBRIGATORIAS (NUCLEARES)

CÓDIGO UC	N.º UC	UNIDADES DE COMPETÊNCIA	CÓDIGO UFCD	N.º UFCD	UNIDADES DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO	HORAS
				01	O setor do comércio e serviços: conceitos e princípios gerais	25
				02	A atividade profissional de Técnico/a de Comércio Internacional	25
				03	Normas de saúde e segurança no trabalho no setor do comércio e serviços	25
				04	Qualidade e ambiente no setor de comércio e serviços	25
				05	Direito internacional	25
				06	Gestão de equipas no comércio internacional	25
				07	Gestão e comunicação intercultural	25
01		Realizar a prospeção comercial e a		08	Prospeção comercial e monitorização	50

		monitorização em mercados internacionais			em mercados internacionais	
	02	Participar na elaboração de plano de negócios		09	Plano de negócios	100
<u>Subunidade 1.</u> Planos de negócios – <i>Marketing</i> internacional					50	
<u>Subunidade 2.</u> Plano de negócios – Projeções financeiras e gestão do risco					50	
03		Planear o processo de compra e venda em mercados internacionais		10	Planeamento do processo de compra e venda em mercados internacionais	50
04		Gerir o processo de venda em mercados internacionais		11	Gestão do processo de venda em mercados internacionais	50
	05	Gerir o processo de compra em mercados internacionais		12	Gestão do processo de compra em mercados internacionais	75
					<u>Subunidade 1.</u> Gestão do processo de compra em mercados internacionais – da preparação à avaliação	50
					<u>Subunidade 2.</u> Novas tecnologias e instrumentos de gestão de compras em mercados internacionais	25
06		Gerir a carteira de clientes em contexto internacional		13	Gestão da carteira de clientes em contexto internacional	50
07		Gerir a carteira de fornecedores e prestadores de serviço		14	Gestão da carteira de fornecedores	50
08		Planear e monitorizar as operações de importação		15	Planeamento e monitorização das operações de importação	50
09		Planear e monitorizar as operações de exportação		16	Planeamento e monitorização das operações de exportação	50
10		Comunicar e interagir em língua inglesa em contexto de comércio internacional (nível B2 do QECRL)		17	Comunicação em língua inglesa em contexto de comércio internacional ²	25
11		Comunicar e interagir em língua alemã em contexto de comércio internacional (nível B1 do QECRL)		18	Comunicação em língua alemã em contexto de comércio internacional ²	25
TOTAL						750

Para obter a qualificação de Técnico/a Especialista em Comércio Internacional, para além das UFCD obrigatórias (nucleares), terão também de ser realizadas 100 horas da Bolsa de UFCD opcionais não nucleares e UFCD opcionais “livres”³.

BOLSA
UFCD OPCIONAIS (NÃO NUCLEARES)

CÓDIGO UC	N.º UC	UNIDADES DE COMPETÊNCIA	CÓDIGO UFCD	N.º UFCD	UNIDADES DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO	HORAS	
	12	Colaborar na apresentação de produtos e participação em feiras e eventos		19	Participar em feiras e eventos	75	
			Subunidade 1. Planeamento e preparação de eventos		50		
			Subunidade 2. Participação e avaliação de eventos		25		
	13	Comunicar e interagir em língua espanhola em contexto de comércio internacional (nível A1 do QECL)		20	Comunicação em língua espanhola em contexto de comércio internacional ²	25	
			7852		21	Perfil e potencial do empreendedor – diagnóstico/desenvolvimento	25
			7853		22	Ideias e oportunidades de negócio	50
			7854		23	Plano de negócios- microempresas	25
			7855	24	Plano de negócios- criação de pequenos e médios negócios	50	
TOTAL						250	
CARGA HORÁRIA TOTAL DA FORMAÇÃO TECNOLÓGICA⁴						825	

¹ Os códigos assinalados a laranja correspondem a UFCD comuns a dois ou mais referenciais desenhados em termos de resultados de aprendizagem.

² As UFCD de língua estrangeira não se encontram no desenvolvimento do referencial de formação.

³ **UFCD Opcionais “livres”** que, mesmo não fazendo parte da qualificação, podem constituir uma mais-valia (é dada liberdade ao indivíduo na escolha das UFCD para perfazer a qualificação, dentro de um limite determinado) [ANQEP, I.P. (2015). *Guia metodológico – Conceção de qualificações baseadas em resultados de aprendizagem (e-book)*].

⁴ À carga horária da Formação Tecnológica podem ser acrescidas horas de Formação Prática em Contexto de Trabalho de acordo com a matriz curricular da respetiva modalidade de Educação e Formação.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 01

O SETOR DO COMÉRCIO E SERVIÇOS: CONCEITOS E PRINCÍPIOS GERAIS

[sem UC associada]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: O setor do comércio e serviços: conceitos e princípios gerais

2. DURAÇÃO: 25 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Identificar as principais linhas de enquadramento socioeconómico do setor do comércio e serviços.
- Reconhecer as principais linhas de tendência de evolução do comércio e serviços em Portugal.
- Distinguir as diferentes tipologias e modelos organizacionais das empresas do setor do comércio e serviços.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

O setor do comércio

Evolução histórica do comércio e serviços

As atividades de comércio e serviço

- Definição e âmbito
- Caracterização e classificação
- Caraterização do setor do comércio e serviços
- Atualidade
- Tendências de evolução

Entidades nacionais e internacionais reguladoras do comércio e serviços

Legislação fundamental relativa à atividade de comércio e serviços

Modelos organizacionais:

Modelos organizacionais das empresas do setor do comércio e serviços

- Estruturas
- Estratégias
- Mercados

Organização funcional de um estabelecimento de comércio a retalho

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, o trabalho de projeto conjugado com a pesquisa individual ou de grupo, visando a promoção da aprendizagem ativa, incentivando atividades que permitam um contacto com a estrutura organizacional do setor do Comércio e Serviços e o reconhecimento das principais tendências de evolução.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Documentos estratégicos sobre o setor do comércio e serviços. Documentos sobre modelos organizacionais das empresas do setor do comércio e serviços. Legislação reguladora da atividade comercial. Sítios na internet para pesquisa de informação, nacional e internacional. Recursos didáticos sobre História do Comércio. Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis. Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem. Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 02

A ATIVIDADE PROFISSIONAL DE TÉCNICO/A DE COMÉRCIO INTERNACIONAL

[sem UC associada]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: A atividade profissional do/a Técnico/a de Comércio Internacional

2. DURAÇÃO: 25 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Reconhecer a importância da imagem e postura profissional do/a Técnico/a de Comércio Internacional.
- Identificar a estrutura organizativa e as relações de autoridade e dependência funcional.
- Distinguir os princípios fundamentais da regulamentação do trabalho.
- Identificar os direitos e deveres fundamentais dos trabalhadores do setor do comércio.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

O profissional do comércio internacional

Postura e imagem profissional do/a técnico/a de comércio internacional

- Apresentação
- Imagem
- Postura/comportamento profissional
- Hierarquia profissional
- Categorias profissionais
- Normas de cuidado pessoal
- Regulamento interno

Atividades e competências do/a técnico/a de comércio internacional

- Funções e responsabilidades
- Estrutura organizativa e as relações de autoridade e dependência funcional nas empresas
- Competências profissionais do técnico de comércio internacional
- A relevância das competências comunicacionais de venda
- A relevância da aprendizagem ao longo da vida e da atualização das competências

Direitos e deveres do/a técnico/a de comércio internacional

- Conceitos e princípios da regulamentação do trabalho
- Princípios gerais da legislação do trabalho do setor do comércio e serviços

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, o trabalho de projeto conjugado com a pesquisa individual ou de grupo e ainda o debate ou discussão orientada, promovendo uma aprendizagem baseada na descoberta e na experiência, incentivando atividades que permitam um contacto com as diferentes realidades das empresas do setor do comércio e serviços. No caso da formação de ativos, poderá optar-se pela construção de um portfólio individual em que o participante seja chamado a elencar e refletir acerca das funções e responsabilidade, bem como competências desenvolvidas ao longo da vida profissional.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Regulamentos e normativos do trabalho no setor do comércio e serviços; Normativos sobre contratação individual e coletiva; Exemplos de regulamentos internos em empresas de comércio; Referenciais de competências para o técnico de comércio internacional; Recursos didáticos multimídia/audiográficos sobre postura profissional; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 03

NORMAS DE SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO NO SETOR DO COMÉRCIO E SERVIÇOS

[sem UC associada]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Normas de saúde e segurança no trabalho no setor do comércio e serviços

2. DURAÇÃO: 25 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
- Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Identificar os conceitos e princípios gerais sobre saúde e segurança no trabalho.
- Identificar as normas e procedimentos de segurança e saúde no trabalho no setor de comércio e serviços.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Conceitos e princípios gerais de saúde, segurança e trabalho

- 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

Acidentes e doenças profissionais

- Conceito de acidente
- Principais causas dos acidentes de trabalho
- Consequências dos acidentes de trabalho
- Custos diretos e indiretos dos acidentes de trabalho
- Conceito de doença profissional
- Principais doenças profissionais no setor do comércio e serviços

Prevenção de riscos profissionais

- Conceito de risco e de perigo
- Tipos de risco e seu controlo
- Proteção individual e coletiva
- Prevenção coletiva
- Prevenção individual
- Condições de trabalho facilitadoras da segurança

Procedimentos de emergência

- Sinalização de segurança
- Tipos de sinais
- Legislação em vigor
- Procedimentos de emergência
- Necessidade da existência de procedimentos de emergência
- Procedimentos em caso de incêndio/sismo/acidente de trabalho grave

Organização dos serviços de segurança e saúde no trabalho

- Enquadramento legal dos serviços de segurança, higiene e saúde no trabalho
- Entidades reguladoras e fontes de informação relativas à segurança e saúde
- Direitos e deveres dos trabalhadores e da entidade empregadora

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, o trabalho de grupo e o estudo de casos, por forma a permitir aos formandos apreender os conceitos e princípios acerca da saúde e segurança no trabalho e contextualizá-los face à realidade do setor do comércio e serviços. Poderão ser analisados em grupo, alguns excertos de exemplos de planos de prevenção de acidentes ou estatísticas relativamente aos acidentes e doenças profissionais mais frequentes nas empresas do setor do comércio e serviços, solicitando aos formandos que façam uma análise das medidas preventivas preconizadas.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Legislação fundamental sobre Segurança e Saúde no Trabalho. Folhetos e brochuras sobre SST. Exemplos de EPI. Recursos didáticos multimédia/audiovisuais sobre SST. Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis. Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem. Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 04

QUALIDADE E AMBIENTE NO SETOR DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

[sem UC associada]

1. **DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO:** Qualidade e ambiente no setor de comércio e serviços

2. **DURAÇÃO:** 25 horas

3. **TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:**

Nuclear

Bolsa

4. **OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Identificar os conceitos e princípios básicos sobre qualidade.
- Identificar as normas e procedimentos de qualidade no setor do comércio e serviços.

5. **CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:**

Conceitos e princípios gerais sobre qualidade

Conceito de certificação e tipos de certificação de qualidade

- Normas ISO
- Requisitos e instrumentos das normas

A qualidade no setor do comércio e serviços

A qualidade percebida pelo cliente

Necessidades e expectativas dos clientes

Tipologia de clientes e suas motivações

Qualidade ambiental

- Gestão de resíduos
- Prevenção da poluição
- Proteção do ambiente
- Boas práticas para o meio ambiente

Sistema Português da Qualidade

- Normalização
- Metrologia
- Qualificação

6. **METODOLOGIA PEDAGÓGICA:**

Sugere-se o recurso a técnicas de aprendizagem ativas, por exemplo, iniciar com a técnica da “tempestade de ideias” para recolha das diferentes perceções acerca do que é a Qualidade, seguido de um trabalho de sistematização das ideias pelo formando, e das suas implicações no comércio e serviços. No caso de formações para ativos, sugere-se o recurso a uma técnica promotora da partilha de conhecimentos e experiências, seguida de alguma pesquisa individual ou de grupo acerca dos conceitos e princípios da Qualidade e do Sistema Português de Qualidade.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Documentação relativa a conceitos de qualidade. Exemplos de normas de qualidade e ambiente. Exemplos de textos onde o conceito de qualidade tenha diferentes significados. Documentação relativa ao Sistema Português da Qualidade. Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis. Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem. Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 05

DIREITO INTERNACIONAL

[sem UC associada]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Direito internacional

2. DURAÇÃO: 25 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
- Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- 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.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Introdução ao Direito

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

- Comerciante em nome individual
- Sociedades comerciais
- Contratos comerciais
- Títulos de crédito
- Garantia das obrigações

Direito fiscal

- Fiscalidade e atividade empresarial
- Tipos de taxas e impostos
- Fases do imposto

Direito comunitário

- Direito comunitário Originário
- Integração económica
- Políticas comuns
- Cidadania europeia
- Poderes, estrutura e funcionamento das instituições comunitárias (Parlamento, Comissão do Conselho Europeu, Conselho, Tribunal) e 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: formação do contrato e responsabilidade pré-contratual, recurso a “*standard contract terms*”
- Resolução de litígios
- Contrato de compra e venda internacional
- Contratos internacionais de agência, distribuição e *franchising*
- Diferentes tipos de garantias de cumprimento no comércio internacional

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, o trabalho de projeto conjugado com a pesquisa individual ou de grupo, visando a promoção da aprendizagem ativa, incentivando atividades que permitam um contacto com a legislação aplicável ao setor do comércio em contexto nacional e internacional.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Legislação fundamental sobre Direito do Trabalho, Direito Comercial, Direito Fiscal, Direito Comunitário e Direito Comercial Internacional; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 06
GESTÃO DE EQUIPAS NO COMÉRCIO INTERNACIONAL
[sem UC associada]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Gestão de equipas no comércio internacional

2. DURAÇÃO: 25 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Identificar os conceitos e princípios do trabalho em equipa.
- Reconhecer as especificidades do trabalho em equipa no setor do comércio e serviços.
- Distinguir os comportamentos facilitadores e dificultadores do trabalho em equipa.
- Reconhecer os principais fenómenos de dinâmica de grupos.
- Comunicar e liderar equipas de trabalho.
- Organizar e gerir equipas de trabalho.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Equipa de trabalho: conceito e princípios de organização

- Grupo vs. equipa de trabalho
- Fases de desenvolvimento, estrutura e evolução
- Formas de organização: cooperação e colaboração

Organização do trabalho de equipa

Fenómenos de dinâmica de grupo

- Influência social e papel social
- Normas sociais
- Atitudes e comportamentos facilitadores e dificultadores
- Gestão de conflitos

A importância da comunicação no trabalho entre equipas

- Fluxos de comunicação
- Comunicação vertical e horizontal

Papel do líder na condução das equipas de trabalho

- Liderança de equipas: fenómenos e dinâmicas próprias, desafios e problemas específicos
- 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

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, o estudo de casos, simulações e outras, por forma a permitir aos formandos vivenciar situações que lhes permitam tomar consciência dos fenómenos decorrentes das dinâmicas de grupo em contexto organizacional. Será por isso desejável que sejam criadas situações-problema próximas do contexto real de trabalho, incitando à reflexão acerca

dos comportamentos facilitadores e dificultadores e demonstração de empatia entre elementos, como peças chave do trabalho em equipa.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Documentação de apoio sobre trabalho em equipa; Exemplos de formas de organização de equipas de trabalho em empresas do setor do comércio e serviços; Enunciado de exercícios pedagógicos (jogos pedagógicos, casos, etc.); Recursos multimédia/audiovisuais sobre trabalho em equipa; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 07
GESTÃO E COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL
[sem UC associada]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Gestão e comunicação intercultural

2. DURAÇÃO: 25 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Reconhecer a importância da cultura nas práticas de gestão e na atividade de comércio internacional.
- Identificar as consequências das diferenças culturais 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.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Gestão intercultural

- Globalização e mundialização das tendências
- Origens e problemas das relações internacionais e interculturais

Cultura

- Componentes de uma cultura nacional
- Diferenças culturais
- A cultura e a comunicação
- A cultura e a organização

Consequências e implicações das diferenças culturais

- Modelos e padrões de comunicação
- Atitudes padrão face a conflitos e regras
- Imagens mentais das organizações
- Relação com o tempo e pontualidade
- Relação com autoridade
- Relação com o desconhecido e a ambiguidade
- Competição versus cooperação

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 equipas em contexto intercultural
- Gestão de conflitos em contexto intercultural

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se o recurso a métodos e técnicas ativas, que permitam a aquisição dos conceitos e princípios da comunicação e a aplicação em contextos simulados, proporcionando momentos de “jogos de papéis” e/ou dramatizações de situações de comunicação e relacionamento interpessoal em contexto multicultural. No caso de se optar por uma forma de organização em *blended-learning* (misto entre presencial e a distância), deverão ser previstos momentos de debate e troca de experiências e opiniões entre os formandos estando assegurados recursos audiovisuais que permitam trabalhar as dimensões verbais e não-verbais da comunicação intercultural.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Recursos audiovisuais sobre situações de comunicação intercultural; Documentação relativa a comunicação e diferenças culturais; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 08

PROSPEÇÃO COMERCIAL E MONITORIZAÇÃO EM MERCADOS INTERNACIONAIS

[Associada à UC01. Realizar a prospeção comercial e a monitorização em mercados internacionais]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Prospeção comercial e monitorização em mercados internacionais

2. DURAÇÃO: 50 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Identificar informação relativa a necessidades e tendências de mercado.
- Elaborar planos de prospeção internacional, definindo critérios de análise, de acompanhamento e de avaliação.
- Identificar e aplicar técnicas de análise estratégica do mercado.
- Identificar e aplicar técnicas e instrumentos para estudos de mercado.
- Criar documento de apoio à decisão comercial.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

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

Técnicas de análise do mercado

- Características gerais do mercado e relacionamento bilateral
- Concorrência
- Canais de distribuição
- Potencial de clientes
- Política de preços dos concorrentes
- Condições legais de acesso ao mercado
- Ambiente de negócios

Técnicas e instrumentos para estudos de mercado

- Técnicas de cenários
- Análise da competitividade
- Técnicas quantitativas - indicadores, taxas, séries temporais
- Pesquisa de mercado
- Técnicas de redação de documentos de apoio à decisão

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se o recurso a aprendizagem baseada em ação, nomeadamente, utilização de técnicas ativas, conjugando o trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o trabalho de projeto.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Fontes de informação: documentos, estudos, análises de mercados de instituições oficiais nacionais, europeias e internacionais, catálogos, diretórios, bases de dados especializadas; *Software* para tratamento estatístico de dados; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 09

PLANO DE NEGÓCIOS

[Associada à UC02. Participar na elaboração de planos de negócios]

- 1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO:** Plano de negócios
- 2. DURAÇÃO:** 100 horas
- 3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:**
 - Nuclear
 - Bolsa

SUBUNIDADE DE FORMAÇÃO 1

Plano de negócios – *Marketing* internacional

- 4. DURAÇÃO:** 50 horas
- 5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

 - Reconhecer a importância do estabelecimento de um plano de negócios.
 - Identificar os objetivos do plano de negócios e caracterizar o mercado subjacente.
 - Identificar e aplicar os conceitos e técnicas principais do *marketing* internacional.
 - Identificar a estratégia comercial e de *marketing* internacional.
 - Descrever a metodologia para a elaboração de planos de marketing internacional, identificando critérios e instrumentos de execução e controlo.
- 6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:**
 - Plano de negócios
 - Conceito de plano de negócios
 - Objetivos do plano de negócios
 - Componentes do plano de negócios
 - Estruturação de um plano de negócios

 - Plano de ação e de negócio
 - Fatores de êxito e de risco nos negócios
 - Análise SWOT do negócio
 - Mercado
 - Segmentação do mercado

 - Estratégia empresarial
 - Análise, formulação e posicionamento estratégico
 - Planeamento, implementação e controlo de estratégias
 - Política de gestão de parcerias
 - Estratégias e internacionalização
 - Qualidade e inovação na empresa

 - Marketing* internacional
 - Conceito de *marketing* internacional
 - Objetivos e âmbito do *marketing* internacional
 - *Marketing* internacional versus *marketing* nacional

- *Marketing* de exportação/*marketing* global

Estratégia comercial e planeamento de *marketing*

- Planeamento estratégico de *marketing*
- Planeamento operacional de *marketing* (*marketing-mix*)
- Planeamento operacional de *marketing* internacional

Variáveis do planeamento operacional de *marketing* internacional

- Preços
- Parâmetros
- Métodos de fixação
- Técnicas de cálculo
- *Incoterms*
- Canais de distribuição
- Clientes
- Agentes e distribuidores
- Política de distribuição do fornecedor
- Política de distribuição do distribuidor
- Comunicação e ferramentas de comunicação
- Quem comunica (fontes internas e externas)
- Objetivos da comunicação
- Correspondências “*marketing*/ publicidade”

Elaboração do plano de *marketing* internacional

- 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
- Planos de contingência

7. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Para as aprendizagens desta subunidade de formação poderão ser conjugadas as técnicas do estudo de caso, o trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o trabalho de projeto (para realização de pequeno projeto de *marketing*), para além das técnicas expositiva e interrogativa para a explicitação dos conceitos associado ao plano de negócios e suas principais técnicas.

8. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de planos de *marketing*; Informação sobre mercados internacionais; Fontes documentais; Normas de preços internacionais; Normas das Camaras de Comércio internacionais; *Incoterms*; Ferramentas informáticas de apoio à gestão; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

SUBUNIDADE DE FORMAÇÃO 2

Plano de negócios – Projeções financeiras e gestão do risco

4. DURAÇÃO: 50 horas

5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Elaborar projeções financeiras.
- Selecionar soluções de financiamento.
- Avaliar o investimento necessário.
- Identificar os riscos inerentes às operações internacionais, os respetivos métodos de prevenção e técnicas de cobertura.

6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Projeções financeiras

- Projeção de vendas
- Projeção das atividades comerciais
- Projeção de *cash flow*
- Projeção de *break even*
- Técnicas de cálculo
- Elaboração do plano financeiro

Financiamento

- Tipos de abordagem ao financiador
- Tipos de financiamento
- Produtos financeiros mais específicos
- Apoios e linhas de financiamento existentes

Análise de risco

- Tipos de risco das operações internacionais
- Matriz de impacto
- Matriz de probabilidades
- Planos de contingência
- Técnicas de avaliação de riscos
- Técnicas de cobertura dos riscos decorrentes das transações internacionais

7. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Para as aprendizagens desta subunidade de formação poderão ser conjugados o trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o trabalho de projeto (para realização de pequeno projeto financeiro), para além das técnicas expositiva e interrogativa para a explicitação de conceitos.

8. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de relatórios financeiros anuais; Exemplo de plano financeiro; Informação sobre mercados internacionais; Fontes documentais; Ferramentas informáticas de apoio à gestão; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 10

PLANEAMENTO DO PROCESSO DE COMPRA E VENDA EM MERCADOS INTERNACIONAIS

[Associada à UC 03. Planear o processo de compra e venda em mercados internacionais]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Planeamento do processo de compra e venda em mercados internacionais

2. DURAÇÃO: 50 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
- Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

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

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

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

Logística do comércio internacional

- Conceito de logística internacional e sua evolução
- Atores da logística e seus papéis/responsabilidades
- Cadeias de abastecimento internacionais
- 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

Seguros na atividade internacional

- Seguros e transações internacionais
- Principais seguros com relevância para as transações internacionais

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

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se o recurso a aprendizagem baseada em ação, nomeadamente, utilização de técnicas ativas, como o trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o estudo de casos práticos. Poderão ainda ser utilizadas técnicas expositivas e interrogativas para a explicitação dos conceitos associados ao planeamento do processo de compra e venda.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de informação sobre mercados internacionais; Exemplo de bases de dados de potenciais clientes; Exemplo de fontes de informação de potenciais fornecedores (*Buyers guide*, Anuários comerciais, Anuários internacionais, *Europages*, Câmaras de comércio, Organismos oficiais de comércio externo, Associações sectoriais, Feiras, Publicações especializadas); Exemplo de informação sobre plano de negócios; Normas de preços internacionais; Normas das Camaras de Comércio internacionais; *Incoterms*; Exemplo de documento com principais canais de distribuição; Documento com regimes e procedimentos aduaneiros; Documento com os principais seguros com relevância para as transações internacionais; Exemplos de documentos comerciais; Ferramentas informáticas de apoio à gestão; *Software* específico; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 11

GESTÃO DO PROCESSO DE VENDA EM MERCADOS INTERNACIONAIS

[Associada à UC04. Gerir o processo de venda em mercados internacionais]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Gestão do processo de venda em mercados internacionais

2. DURAÇÃO: 50 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Reconhecer os conceitos chave na venda.
- Identificar as fases de preparação do plano de venda.
- Aplicar técnicas de apresentação do produto/serviço a vender.
- Planear as etapas do processo de negociação com clientes internacionais.
- Reconhecer os principais desafios da negociação intercultural.
- Aplicar estratégias e técnicas de negociação com clientes internacionais no âmbito do processo de venda.
- Aplicar técnicas de negociação tendo em conta os diferentes fatores culturais que influenciam um processo negocial em contexto inter e multicultural.
- Aplicar técnicas de avaliação do processo de venda.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Conceitos chave na venda

- A venda e a função comercial
- Dois alicerces da venda
- Como é que os clientes compram
- O processo de venda

Planeamento da venda

- Prospecção
- Preparação e planeamento
- Produtos
- Mercados e segmentação
- Comportamento do consumidor
- Ciclo e compras e de vendas
- Cronograma
- Métodos de venda
- Recursos humanos e financeiros
- Instrumentos de comunicação
- Primeiro contacto
- Diagnóstico de necessidades

Técnicas de apresentação do produto/serviço a vender em mercados internacionais

- Estratégias de *marketing* e comunicação
- Tipos de clientes e suas características

- Estratégias de promoção de produtos e serviços
- Técnicas de venda presencial e por telefone em contexto inter e multicultural

Negociação com clientes internacionais

- A importância estratégica da etapa da preparação
- Tipos de clientes e suas características
- Contexto e elementos periféricos da negociação (concorrência, contexto de mercado)
- Estabelecer a agenda negocial
- Estratégias e técnicas de negociação com clientes internacionais
- Métodos de negociação nos diferentes países
- Etapas da negociação
- Sistemas de resolução de conflitos e arbitragem internacional
- Técnicas e procedimentos de pré-fecho e fecho da venda

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

Avaliação do processo de vendas em mercados internacionais

- Definição de indicadores de monitorização
- Análise de indicadores de monitorização
- Controlo do desenvolvimento da força de vendas
- Evolução e rentabilidade das vendas
- CRM (*Customer Relationship Management*)
- Aspectos e condições de execução do contrato (mercadoria, serviços, condições de pagamento, transporte, seguro, entrega, resolução de litígios, entre outras)
- Métodos e técnicas de verificação e controlo do cumprimento de direitos e deveres contratuais
- Qualidade do serviço e serviço pós-venda

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Para as aprendizagens desta unidade de formação poderão ser conjugados o trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o trabalho de projeto (para realização de pequeno projeto de planos de venda), para além das técnicas expositiva e interrogativa para a explicitação de conceitos. Deverá ainda recorrer-se a aprendizagem baseada em problemas e experiência, nomeadamente a conjugação das técnicas de estudo de caso e *role-playing* (jogo de papéis), permitindo ao formando realizar aprendizagens integradas (conhecimentos, aptidões e atitudes) e treinar a aplicação de técnicas e estratégias de negociação. No caso de se optar por uma forma de organização em *blended-learning* (misto entre presencial e a distância), deverão ser previstos momentos de debate e troca de experiências e opiniões entre os formandos estando assegurados recursos audiovisuais que permitam trabalhar as dimensões verbais e não-verbais da negociação em contexto internacional.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de informação sobre mercados internacionais; Exemplo de informação comercial sobre clientes; Normas de contratação internacional; Normas sobre meios de cobrança e pagamento internacionais; Exemplo de modelos de contratos internacionais de compra e venda; Exemplos de informação sobre processos de resolução e arbitragem internacional; *Software* específico; Textos de apoio sobre estratégias de negociação em contexto internacional; Filmes pedagógicos sobre o tema; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 12

GESTÃO DO PROCESSO DE COMPRAS EM MERCADOS INTERNACIONAIS

[Associada à UC05. Gerir o processo de compras em mercados internacionais]

- 1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO:** Gestão do processo de compras em mercados internacionais
- 2. DURAÇÃO:** 75 horas
- 3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:**
 - Nuclear
 - Bolsa

SUBUNIDADE DE FORMAÇÃO 1

Gestão do processo de compras em mercados internacionais – da preparação à avaliação

- 4. DURAÇÃO:** 50 horas
- 5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

 - Reconhecer o papel da função compras na cadeia de valor das organizações.
 - Identificar as fases de preparação do plano de compras.
 - 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.
 - Reconhecer os principais desafios da negociação intercultural.
 - Aplicar estratégias e técnicas de negociação com fornecedores internacionais no âmbito do processo de compra.
 - Aplicar técnicas de negociação tendo em conta os diferentes fatores culturais que influenciam um processo negocial em contexto inter e multicultural.
 - Aplicar técnicas de avaliação do processo de compra.
- 6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:**
 - 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
 - Planeamento da compra
 - Prospecção
 - Preparação e planeamento
 - Produtos
 - Mercados e segmentação
 - Ciclo de compras e de vendas
 - Cronograma

- Métodos de compra
- Método de seleção dos fornecedores
- Forma de execução contratual

Identificação e seleção de fornecedores

- Identificação das necessidades de provisionamento 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 internacionais

- A importância estratégica da etapa da preparação
- Tipos de fornecedores e suas características
- Contexto e elementos periféricos da negociação (concorrência, contexto de mercado)
- Estabelecer a agenda negocial
- Estratégias e técnicas de negociação com fornecedores internacionais
- Métodos de negociação nos diferentes países
- Etapas da negociação
- Sistemas de resolução de conflitos e arbitragem internacional
- Técnicas e procedimentos de pré-fecho e fecho da compra

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

Avaliação do processo de compras em mercados internacionais

- Definição de indicadores de monitorização
- Análise de indicadores de monitorização
- Metodologias e instrumentos de avaliação do desempenho dos fornecedores
- Aspectos e condições de execução do contrato (mercadoria, serviços, condições de pagamento, transporte, seguro, entrega, resolução de litígios, entre outras)
- Métodos e técnicas de verificação e controlo do cumprimento de direitos e deveres contratuais
- Qualidade do produto/serviço vendido

7. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Para as aprendizagens desta subunidade de formação poderão ser conjugados o trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o trabalho de projeto (para realização de pequeno projeto de planos de compra), para além das técnicas expositiva e interrogativa para a explicitação de conceitos. Deverá ainda recorrer-se a aprendizagem baseada em problemas e experiência, nomeadamente a conjugação das técnicas de estudo de caso e *role-playing* (jogo de papéis), permitindo ao formando realizar aprendizagens integradas (conhecimentos, aptidões e atitudes) e treinar a aplicação de técnicas e estratégias de negociação. No caso de se optar por uma forma de organização em *blended-learning* (misto entre presencial e a distância), deverão ser previstos momentos de debate e troca de experiências e opiniões entre os formandos estando assegurados recursos audiovisuais que permitam trabalhar as dimensões verbais e não-verbais da negociação em contexto internacional.

SUBUNIDADE DE FORMAÇÃO 2

Novas tecnologias e instrumentos de gestão das compras em mercados internacionais

4. DURAÇÃO: 25 horas

5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Efetuar a gestão de contratos internacionais de compras/aprovisionamento.
- Utilizar as novas ferramentas tecnológicas de gestão de compras.

6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

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

7. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se o recurso a aprendizagem baseada em problemas e experiência, nomeadamente a conjugação das técnicas de estudo de caso e *role-playing* (jogo de papéis). No caso de se optar por uma forma de organização em *blended-learning* (misto entre presencial e a distância), será desejável que se prevejam sessões presenciais para a realização de simulações de situação de compra internacional usando novas tecnologias na gestão de compras.

8. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de informação sobre mercados internacionais; Exemplo de informação comercial sobre fornecedores; Bases de dados sobre concursos internacionais; Plataformas de compras; Normas de contratação internacional; Normas sobre meios de cobrança e pagamento internacionais; Exemplo de normas sobre as condições de entrega das mercadorias; *Software* específico; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 13

GESTÃO DA CARTEIRA DE CLIENTES EM CONTEXTO INTERNACIONAL

[Associada à UC06. Gerir a carteira de clientes em contexto internacional]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Gestão da carteira de clientes em contexto internacional

2. DURAÇÃO: 50 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Interpretar a arquitetura de uma base de dados de clientes.
- Operar procedimentos de controlo e verificação do carregamento da base de dados de clientes.
- Aplicar técnicas de exploração da base de dados de clientes.
- Aplicar técnicas de cálculo e apuramento de indicadores-chave da composição da carteira de clientes.
- Utilizar métodos de análise e interpretação da evolução de indicadores-chave.
- Interpretar os conteúdos dos contratos celebrados com os clientes.
- Utilizar mecanismos de verificação do cumprimento de direitos e deveres contratuais dos clientes.
- Aplicar técnicas de gestão e coordenação da assistência aos clientes.
- Aplicar técnicas de negociação com clientes-chave.
- Calcular e analisar indicadores de satisfação dos clientes.
- Redigir uma síntese de avaliação da satisfação dos clientes.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Clientes

- Tipo de clientes
- Informação relevante a registar
- Bases de dados de clientes
- Arquitetura da base de dados de clientes
- Procedimentos de controlo e verificação do carregamento da base de dados
- Técnicas de exploração de bases de dados de clientes
- Meios informáticos de suporte
- Indicadores-chave da composição da carteira de cliente
- Baterias e painéis de indicadores-chave
- Técnicas de cálculo e apuramento de indicadores-chave da composição da carteira de clientes
- Análise e interpretação da evolução de indicadores-chave

Contratos de prestação de serviços aos clientes

- Noções
- Direitos e deveres
- Validade e forma
- Classificação dos contratos

Cumprimento e incumprimento de contratos

- Mecanismos de verificação e controlo do cumprimento de direitos e deveres contratuais

Assistência a clientes

- Alterações e cancelamentos
- Queixas, reclamações e sugestões
- Imprevistos e contingências

Satisfação de clientes

- Indicadores-chave
- Fontes de informação
- Critérios de avaliação
- Técnicas de redação

Técnicas de negociação

- Argumentação
- Tratamento das objeções
- As perguntas
- Alternativa positiva

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se o recurso a aprendizagem baseada em ação, nomeadamente, utilização de técnicas ativas, como a realização de um trabalho prático de exploração de uma base de dados de clientes, cálculo de indicadores-chave e análise e interpretação da evolução dos mesmos. Sugere-se, ainda, a simulação de uma situação de negociação com um cliente-chave no âmbito da celebração de um novo contrato para aquisição da prestação de um novo serviço. Desejavelmente o cliente fictício deverá interpelar o formando sobre aspetos relacionados com o teor e forma do contrato de modo a explorar a aquisição de competências neste domínio. No caso de se optar por uma forma de organização em *blended-learning* (misto entre presencial e a distância), deverão ser previstos momentos de debate e troca de experiências e opiniões entre os formandos estando assegurados recursos audiovisuais que permitam trabalhar as dimensões verbais e não-verbais da negociação.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplos de contratos com os clientes; Manual de suporte à base de dados; Manual de procedimentos internos de suporte à assistência aos clientes; Legislação do setor; Documentação atualizada acerca do mercado e *clusters* de negócios; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 14
GESTÃO DA CARTEIRA DE FORNECEDORES

[Associada à UC07. Gerir a carteira de fornecedores e prestadores de serviço]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Gestão da carteira de fornecedores

2. DURAÇÃO: 50 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Interpretar a arquitetura de uma base de dados de fornecedores.
- Operar procedimentos de controlo e verificação do carregamento da base de dados.
- Aplicar técnicas de exploração da base de dados de fornecedores.
- Aplicar técnicas de cálculo e apuramento de indicadores-chave da composição da carteira de fornecedores.
- Utilizar métodos de análise e interpretação da evolução de indicadores-chave.
- Interpretar os conteúdos dos contratos celebrados com os fornecedores.
- Utilizar mecanismos de verificação do cumprimento de direitos e deveres contratuais para com os fornecedores.
- Aplicar técnicas para identificação de novos fornecedores.
- Aplicar técnicas de negociação com fornecedores-chave.
- Calcular e analisar indicadores de satisfação dos fornecedores.
- Redigir uma síntese de avaliação da satisfação dos fornecedores.

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Fornecedores

Tipo de fornecedores

Informação relevante a registar

Bases de dados de fornecedores

- Arquitetura da base de dados de fornecedores
- Procedimentos de controlo e verificação do carregamento da base de dados
- Técnicas de exploração de bases de dados de fornecedores
- Meios informáticos de suporte

Indicadores-chave da composição da carteira de fornecedores

- Baterias e painéis de indicadores-chave
- Técnicas de cálculo e apuramento de indicadores-chave da composição da carteira de fornecedores
- Análise e interpretação da evolução de indicadores-chave

Contratos de prestação de serviços dos fornecedores

- Noções
- Direitos e deveres
- Validade e forma
- Classificação dos contratos
- Cumprimento e incumprimento de contratos
- Mecanismos de verificação e controlo do cumprimento de direitos e deveres contratuais

Satisfação dos fornecedores

- Indicadores-chave
- Fontes de informação
- Critérios de avaliação
- Técnicas de redação

Técnicas de negociação

- Argumentação
- Tratamento das objeções
- As perguntas
- Alternativa positiva

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se o recurso a aprendizagem baseada em ação, nomeadamente, utilização de técnicas ativas, de um trabalho prático de exploração de uma base de dados de fornecedores, cálculo de indicadores-chave e análise e interpretação da evolução dos mesmos. Sugere-se, ainda, a técnica do estudo de casos em torno de um conjunto de contratos com fornecedores.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplos de contratos com os fornecedores; Manual de suporte à base de dados; Legislação do setor; Documentação atualizada acerca do mercado e *clusters* de negócios; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 15

PLANEAMENTO E MONITORIZAÇÃO DAS OPERAÇÕES DE IMPORTAÇÃO

[Associada à UC08. Planear e monitorizar as operações de importação]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Planeamento e monitorização das operações de importação

2. DURAÇÃO: 50 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

Nuclear

Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Identificar e descrever os regimes de importação em vigor nos diferentes mercados.
- Enumerar os principais instrumentos de financiamento à importação colocados à disposição das empresas.
- Identificar e preencher a documentação utilizada no transporte internacional - importação
- Identificar e utilizar os documentos e aplicar os procedimentos aduaneiros necessários à execução das operações de importação.
- Identificar as funções, características e diferentes categorias de *incoterms*.
- Utilizar os principais termos do comércio internacional, aplicando aos contratos de compra e venda internacional.
- Identificar e aplicar o regime fiscal em vigor nas operações de importação.
- Reconhecer os diferentes tipos e modelos de contratos internacionais.
- Identificar e aplicar as condições de execução do contrato e pré-contrato para a internacionalização.
- Aplicar técnicas de monitorização das operações de importação (documentação).

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Manual de procedimentos para o processo de importação

- Regimes de importação em diferentes mercados
- Circuitos e redes de aprovisionamento
- Financiamento do aprovisionamento
- Transportes internacionais
- Armazenagem no comércio internacional
- Regimes e procedimentos aduaneiros
- Sistemas de pagamento/cobranças internacionais
- Seguros e transações internacionais
- *Incoterms*
- Fiscalidade

Documentação utilizada nas operações de importação

Documentos requeridos nas trocas intracomunitárias de bens (fatura comercial, certificados de diversa natureza, "Declaração Intrastat", e Documento Administrativo Único)

Certificados que acompanham a mercadoria (sanitários, fitossanitários, de homologação,...) e certificados de origem

Financiamento

- Créditos documentários/carta de crédito

Transportes

- Legislação nacional e as convenções internacionais
- Novo Regime de Circulação de Bens
- Documentação de transporte (Terrestre, Marítimo, Aéreo)

Seguros

- Mercadorias transportadas
- Responsabilidade do transportador de mercadorias por estrada
- Seguro marítimo – cascos

Alfândegas

- Territórios Comunitários
- Transações Intracomunitárias
- Regras de Origem e Regimes Preferenciais
- Regimes aduaneiros
- Introdução à classificação de mercadorias
- Classificação das mercadorias e regras de Origem

Incoterms

- 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*

Fiscalidade

- 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

Contrato de compra e venda

- Diferentes tipos e modelos de contratos internacionais
- Gestão de contratos
- Obrigações contratuais do comprador e vendedor
- Sistemas de resolução de conflitos e arbitragem internacional

Monitorização das operações de importação - documentação

- Definição de indicadores de monitorização
- Análise de indicadores de monitorização

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Para as aprendizagens desta unidade de formação poderão ser conjugados o trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o trabalho de projeto para realização de pequeno manual de procedimentos às operações de importação. Deverá ainda recorrer-se a técnicas de simulação no que se refere à preparação de documentação usada nas operações de importação.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de informação sobre operações no mercado de divisas; Exemplo de fontes de financiamento à importação; Normas de contratação internacional; Documento com informação sobre política comercial em países terceiros; Documento com informação sobre barreiras ao comércio com países terceiros (alfandegárias e técnicas); Normas sobre meios de cobrança e pagamento internacionais; Exemplo de modelos de contratos internacionais de compra e venda; Normas de seguros do transporte internacional de mercadorias; Normas sobre certificação e homologação; Documento com informação sobre barreiras ao comércio internacional; Legislação aplicável ao despacho alfandegário; Normas relativas às condições de entrega da mercadoria; Exemplo de contrato de compra e venda; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 16

PLANEAMENTO E MONITORIZAÇÃO DAS OPERAÇÕES DE EXPORTAÇÃO [Associada à UC09. Planear e monitorizar as operações de exportação]

1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO: Planeamento e monitorização das operações de exportação

2. DURAÇÃO: 50 horas

3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:

- Nuclear
 Bolsa

4. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Enumerar os principais instrumentos de financiamento à exportação colocados à disposição das empresas.
- Identificar e preencher a documentação utilizada no transporte internacional – exportações.
- Identificar e utilizar os documentos e aplicar os procedimentos aduaneiros necessários à execução das operações de exportação.
- Identificar as funções, características e diferentes categorias de *incoterms*.
- Utilizar os principais termos do comércio internacional, aplicandos aos contratos de compra e venda internacional.
- Identificar e aplicar o regime fiscal em vigor nas operações de exportação.
- Reconhecer os diferentes tipos e modelos de contratos internacionais.
- Identificar e aplicar as condições de execução do contrato e pré-contrato para a internacionalização.
- Aplicar técnicas de monitorização das operações de exportação (documentação).

5. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Manual de procedimentos para o processo de exportação

- Modos de exportação
- Circuitos e redes de aprovisionamento
- Financiamento do aprovisionamento
- Transportes internacionais
- Armazenagem no comércio internacional
- Regimes e procedimentos aduaneiros
- Sistemas de pagamento/cobranças internacionais
- Seguros e transações internacionais
- *Incoterms*
- Fiscalidade

Documentação utilizada nas operações de exportação

Documentos requeridos nas trocas intracomunitárias de bens (fatura comercial, certificados de diversa natureza, “Declaração Intrastat” e Documento Administrativo Único)

Certificados que acompanham a mercadoria (sanitários, fitossanitários, de homologação,...) e certificados de origem

Financiamento

- Linhas de financiamento (internas e externas)
- Instrumentos de financiamento

- Créditos documentários/carta de crédito

Transportes

- Legislação nacional e as convenções internacionais
- Novo Regime de Circulação de Bens
- Documentação de transporte (Terrestre, Marítimo, Aéreo)

Seguros

- Crédito às exportações
- Mercadorias transportadas
- Responsabilidade do transportador de mercadorias por estrada
- Seguro marítimo – cascos

Alfândegas

- Territórios Comunitários
- Transações intracomunitárias
- Regras de Origem e Regimes Preferenciais
- Regimes aduaneiros
- Introdução à classificação de mercadorias
- Classificação das mercadorias e regras de Origem

Incoterms

- 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*

Fiscalidade

- 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

Contrato de compra e venda

- Diferentes tipos e modelos de contratos internacionais
- Gestão de contratos
- Obrigações contratuais do comprador e vendedor
- Sistemas de resolução de conflitos e arbitragem internacional

Monitorização das operações de exportação - documentação

- Definição de indicadores de monitorização
- Análise de indicadores de monitorização

6. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se a conjugação do trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o trabalho de projeto para realização de pequeno manual de procedimentos às operações de exportação. Deverá ainda recorrer-se a técnicas de simulação no que se refere à preparação de um contrato de compra e venda internacional.

7. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de informação sobre operações no mercado de divisas; Exemplo de fontes de financiamento à exportação; Normas de contratação internacional; Documento com informação sobre política comercial em países terceiros; Documento com informação sobre barreiras ao comércio com países terceiros (alfandegárias e técnicas); Normas sobre meios de cobrança e pagamento internacionais; Exemplo de modelos de contratos internacionais de compra e venda; Normas de seguros do transporte internacional de mercadorias; Normas sobre certificação e homologação; Documento com informação sobre barreiras ao comércio internacional; Legislação aplicável ao despacho alfandegário; Exemplo de contrato de compra e venda; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

BOLSA
UFCD OPCIONAIS (NÃO NUCLEARES)

FICHA DE UNIDADE DE FORMAÇÃO 19
PARTICIPAR EM FEIRAS E EVENTOS

[Associada à UC12. Colaborar na apresentação de produtos e participação em feiras e eventos]

- 1. DESIGNAÇÃO DA UNIDADE DE FORMAÇÃO DE CURTA DURAÇÃO:** Participar em feiras e eventos
- 2. DURAÇÃO:** 75 horas
- 3. TIPO DE UNIDADE DE FORMAÇÃO:**
 - Nuclear
 - Bolsa

SUBUNIDADE DE FORMAÇÃO 1
Planeamento e preparação de eventos

- 4. DURAÇÃO:** 50 horas
- 5. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

 - Identificar os diferentes tipos de eventos.
 - Identificar as fases a considerar no planeamento de um evento.
 - Definir um plano de atividades.
 - Identificar as diferentes componentes do orçamento para planeamento de um evento.
 - Aplicar técnicas de cálculo orçamental.
 - Identificar os vários intervenientes na logística de eventos.
 - Identificar os principais suportes de comunicação de eventos.
- 6. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:**

Tipos de eventos

Fases no planeamento de eventos

 - Preparação
 - Execução
 - Avaliação

Orçamentação de eventos

 - Fatores determinantes na orçamentação
 - Aluguer do espaço, *stand*, transportes das mercadorias, serviços da feira, recursos humanos, publicidade e divulgação, deslocações e estadias
 - Estimativa do orçamento de eventos
 - Análise dos custos do evento
 - Custos da fase de planeamento e preparação
 - Custos da fase de realização do evento
 - Custos relacionados com a fase de avaliação do evento
 - Análise das receitas do evento
 - Análise do investimento
 - Análise das receitas esperadas

- Análise dos recursos financeiros
- Análise dos recursos existentes

Intervenientes na logística de eventos

- Construtores de *stands*, agentes transitários, agências de viagens, gráficas e empresas de artigos publicitários

Principais suportes de comunicação de eventos

- *Posters*, catálogo, anúncios, *banners*, animação no *stand*, anúncios nos OCS, *press-releases*

7. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se o recurso a aprendizagem baseada em ação, nomeadamente, utilização de técnicas ativas, como o trabalho de pesquisa individual ou de grupo e o estudo de casos práticos. Poderão ainda ser utilizadas técnicas expositivas e interrogativas para a explicitação dos conceitos associados ao planeamento de eventos.

8. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de informação sobre mercados internacionais; Exemplo de informação sobre política de *marketing*; Exemplo de informação sobre política de promoção e publicidade; Exemplo de informação sobre eventos; Exemplo de regulamento de eventos; Exemplo de bases de dados com contatos para organizar a logística do evento; Exemplo de suportes de comunicação de uma organização; *Software* específico; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.

SUBUNIDADE DE FORMAÇÃO 2

Participação e avaliação de eventos

1. DURAÇÃO: 25 horas

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

No final da formação, o formando deverá ser capaz de:

- Reconhecer diferentes estilos e níveis comunicacionais;
- Identificar os aspetos-chave da comunicação em eventos;
- Aplicar técnicas de comunicação assertiva;
- Aplicar técnicas de apresentação de produtos;
- Aplicar técnicas de avaliação de eventos.

3. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Processo de comunicação e perfis comunicacionais

- Função e importância dos elementos que intervêm no processo de comunicação
- Diferentes perfis comunicacionais
- Fatores facilitadores e dificultadores da comunicação verbal e não-verbal

Comunicação assertiva

- Características dos diferentes perfis comunicacionais
- Particularidades e vantagens do perfil assertivo
- Componentes verbais e não-verbais da comunicação assertiva
- Técnicas de comunicação assertiva

Aspetos chave da comunicação em eventos

Apresentação de produtos

- Embalagem
- Rótulos e etiquetagem
- Mais-valias

Técnicas de avaliação de eventos

- Critérios de avaliação
- Nº de visitantes
- Percentagem de decisores de compra
- Impacto causado
- Custo por visitante
- Contactos qualificados
- Angariação de encomendas
- Potenciais novos clientes
- Relatórios de participação em eventos

4. METODOLOGIA PEDAGÓGICA:

Sugere-se o recurso a metodologias que permitam aos formandos a experimentação de situações próximas do contexto real de exercício. Deverão ser conjugadas as técnicas da demonstração e da simulação em todas as aprendizagens de técnicas e procedimentos. Poderão também ser utilizadas as técnicas de projeto e pesquisa individual ou de grupo para as aprendizagens relativas a conceitos e princípios. De igual modo, para a dimensão relativa à comunicação em contexto de eventos, poderá ser usada a técnica do *role-playing* (jogo de papéis) para treino das competências comunicacionais.

No caso de se optar por uma forma de organização em *blended-learning* (misto entre presencial e a distância), deverão ser previstos momentos de debate e troca de experiências e opiniões entre os formandos estando assegurados recursos audiovisuais que permitam trabalhar as dimensões verbais e não-verbais da comunicação no contexto de um evento.

5. RECURSOS TÉCNICO-PEDAGÓGICOS:

Exemplo de informação sobre eventos; Exemplo de regulamento de eventos; Exemplo de formas de apresentação de produtos; Exemplos de documentação promocional, brindes; Enunciados de casos e exercícios pedagógicos (jogos pedagógicos, casos); *Software específico*; Enunciados de exercícios pedagógicos aplicáveis; Grelha de observação e outros instrumentos de avaliação da aprendizagem; Equipamentos e recursos pedagógicos diversos.