

10 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso
2015-2016

11 — Plano de estudos

Unidade curricular (1)	Área de educação e formação (2)	Componente de formação (3)	Ano curricular (4)	Duração (5)	Horas de contacto (6)	Das quais de aplicação (7)	Outras horas de trabalho (8)	Horas de trabalho totais (9) = (6) + (8)	Créditos (10)
Empreendedorismo	345 — Gestão e Administração	Geral e científica	1.º ano	Semestral	30		45	75	3
Inglês Aplicado I	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		67,5	112,5	4,5
Inglês Aplicado II	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		67,5	112,5	4,5
Língua Portuguesa	223 — Língua e Literatura Materna.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		67,5	112,5	4,5
Métodos Estatísticos Aplicados	462 — Estatística	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		67,5	112,5	4,5
Fundamentos Económico-Financeiros.	314 — Economia	Técnica	1.º ano	Semestral	30	15	45	75	3
Gestão de Vendas	341 — Comércio	Técnica	1.º ano	Semestral	60	45	90	150	6
Introdução ao Marketing	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	37,5	67,5	112,5	4,5
Marketing Internacional	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	37,5	67,5	112,5	4,5
Organização e Gestão de Empresas	345 — Gestão e Administração	Técnica	1.º ano	Semestral	45	37,5	67,5	112,5	4,5
Sistemas de Informação de Mercados	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral	30	25	45	75	3
Técnicas de Apoio à Decisão em Comércio.	345 — Gestão e Administração	Técnica	1.º ano	Semestral	45	37,5	67,5	112,5	4,5
Tecnologias e Sistemas de Informação.	482 — Informática na Ótica do Utilizador.	Técnica	1.º ano	Semestral	30	25	45	75	3
Transportes e Logística Internacional.	345 — Gestão e Administração	Técnica	1.º ano	Semestral	60	45	90	150	6
Comércio Digital	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	45	90	150	6
Gestão Administrativa de Comércio Internacional.	345 — Gestão e Administração	Técnica	2.º ano	Semestral	60	45	90	150	6
Gestão Logística	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	45	90	150	6
Técnicas de Comunicação Internacional.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral	60	45	90	150	6
Técnicas de Negociação Internacional.	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	45	90	150	6
Estágio	341 — Comércio	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral			750	750	30
				Total	900	530	2100	3000	120

Na coluna (2) indica-se a área de educação e formação de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de março.

Na coluna (3) indica-se a componente de formação de acordo com o constante no artigo 13.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

Na coluna (6) indicam-se as horas de contacto, de acordo com a definição constante do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (7) indicam-se as horas de aplicação de acordo com o disposto no artigo 17.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

Na coluna (8) indicam-se as outras horas de trabalho de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (9) indicam-se as horas de trabalho totais de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (10) indicam-se os créditos segundo o *European Credit Transfer and Accumulation System* (sistema europeu de transferência e acumulação de créditos), fixados de acordo com o disposto no Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

209128306

Aviso n.º 14105/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por despacho de 21 de outubro de 2014 do diretor-geral do Ensino Superior, proferido ao abrigo do n.º 1 do referido artigo do mesmo diploma legal, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão Comercial e de Marketing pelo Instituto Superior de Administração e Línguas.

16 de novembro de 2015. — O Diretor-Geral do Ensino Superior,
Prof. Doutor João Queiroz.

ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior: Instituto Superior de Administração e Línguas.

2 — Curso técnico superior profissional: T071 — Gestão Comercial e de Marketing.

3 — Número de registo: R/Cr 89/2014.

4 — Área de educação e formação: 341 — Comércio.

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral: Planear, organizar e executar ações comerciais, organizar e gerir a força de vendas, elaborar estudos de mercado e planos de marketing e controlar operações comerciais de estabelecimentos comerciais e o serviço de pós-venda, garantindo a satisfação do cliente.

5.2 — Atividades principais:

a) Planear, organizar e executar ações comerciais empreendedoras através da promoção, da divulgação dos produtos e ou serviços, nomeadamente através de técnicas de merchandising;

b) Conceber e executar estudos de mercado locais e ou globais, analisar os seus resultados e propor melhorias de acordo com as diversas fontes de informação disponíveis;

- c) Gerir o preço e as margens dos produtos aplicando estratégias e mecanismos de negociação, de acordo com a legislação fiscal;
- d) Controlar todas as operações comerciais, analisar os desvios e propor melhorias, reproduzindo os respetivos relatórios e comunicando os mesmos aos superiores hierárquicos;
- e) Organizar a documentação relativa ao processo de compra e de venda, de acordo com a legislação comercial;
- f) Conceber e executar planos de marketing com ênfase na área digital;
- g) Gerir o serviço de apoio ao cliente, de pós-venda e de gestão de reclamações;
- h) Organizar e gerir a força de vendas, na componente de recursos humanos, assim como na definição de objetivos, estrutura e dimensão da mesma.

6 — Referencial de competências:

6.1 — Conhecimentos:

- a) Conhecimentos abrangentes da estratégia, missão e contexto empresarial;
- b) Conhecimentos especializados dos principais conceitos de marketing;
- c) Conhecimentos especializados sobre a criação de uma estratégia de marketing e de comercialização do produto;
- d) Conhecimentos abrangentes e especializados de análise do mercado e dos seus diversos segmentos, bem como dos comportamentos de compra dos consumidores e das características que afetam o seu comportamento de compra
- e) Conhecimentos especializados de diferenciação e da aplicação das várias fases do ciclo de uma venda;
- f) Conhecimentos especializados de aplicação das principais técnicas para realizar uma prospeção de mercado eficaz;
- g) Conhecimentos abrangentes de interpretação dos principais indicadores de desempenho na gestão de stocks;
- h) Conhecimentos especializados de técnicas de promoção comercial de produtos e dos seus meios de divulgação;
- i) Conhecimentos abrangentes de instrumentos facilitadores de organização administrativa com vista à organização da informação comercial;
- j) Conhecimentos abrangentes e especializados dos diferentes fatores inerentes à comunicação nas negociações e das técnicas para conduzir e fechar uma negociação;
- k) Conhecimentos abrangentes e especializados sobre os produtos de modo a que o preço dos mesmos tenham proveitos nos resultados das vendas

6.2 — Aptidões:

- a) Avaliar as áreas funcionais das empresas e das outras organizações e propor soluções de melhoria;
- b) Controlar e avaliar as vendas e conceber novas estratégias de venda;
- c) Conceber propostas comerciais, planear e executar o seu acompanhamento, controlar e avaliar o resultado e propor melhorias;
- d) Aplicar técnicas de negociação e de vendas de forma a deter o controlo da negociação;
- e) Aplicar as técnicas de venda de produtos;
- f) Registrar e executar a entrada e a saída de mercadorias, através da existência de um inventário permanente e efetuar o aprovisionamento quando necessário;
- g) Organizar o espaço de venda com vista à otimização das vendas e propor melhorias;
- h) Classificar e arquivar documentos comerciais como fichas de cliente e relatórios de atividade com vista à organização da informação;
- i) Fixar os preços dos produtos e proceder ao controlo de vendas.

6.3 — Atitudes:

- a) Demonstrar capacidade de persuasão e de estabelecer relações estáveis com clientes, fornecedores e outros prestadores de serviços;
- b) Demonstrar capacidade de raciocínio crítico, ético e criativo;
- c) Demonstrar flexibilidade, hábitos de tolerância e de cooperação em diferentes situações e contextos profissionais evitando situações de conflito ou confronto;
- d) Demonstrar abertura à inovação;
- e) Demonstrar espírito crítico e responsabilidade pelas suas ações e capacidade de se posicionar hierarquicamente na organização;
- f) Demonstrar autonomia na tomada de decisão e na resolução de problemas técnicos de complexidade intermédia;
- g) Demonstrar responsabilidade e capacidade de gestão e supervisão do desempenho individual de terceiros ou de equipas de trabalho em contextos específicos.

7 — Estrutura curricular:

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
341 — Comércio	45	38
342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	18	15
345 — Gestão e Administração	12	10
222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	6	5
223 — Língua e Literatura Materna	6	5
312 — Sociologia e Outros Estudos	6	5
344 — Contabilidade e Fiscalidade	6	5
346 — Secretariado e Trabalho Administrativo	6	5
380 — Direito	6	5
461 — Matemática.	6	5
482 — Informática na Ótica do Utilizador	3	3
<i>Total</i>	120	100

8 — Área relevante para o ingresso no curso (n.º 4 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março):

Uma das seguintes áreas:

Economia;
Matemática;
Português.

9 — Localidades, instalações e número máximo de alunos:

Localidade	Instalações	Número máximo para cada admissão de novos alunos	Número máximo de alunos inscritos em simultâneo
Funchal	Instituto Superior de Administração e Línguas.	30	60

10 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso: 2014-2015.

11 — Plano de estudos:

Unidade curricular	Área de educação e formação	Componente de formação	Ano curricular	Duração	Horas de contacto	Das quais de aplicação	Outras horas de trabalho	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)=(6)+(8)	(10)
Inglês Técnico	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		100	160	6
Introdução à Gestão	345 — Gestão e Administração	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		100	160	6
Língua Portuguesa	223 — Língua e Literatura Materna.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		100	160	6
Direito Comercial, Empresarial e do Trabalho.	380 — Direito	Técnica.	1.º ano	Semestral	60	45	100	160	6
Fiscalidade	344 — Contabilidade e Fiscalidade.	Técnica.	1.º ano	Semestral	30	20	50	80	3
Fundamentos de Contabilidade e Análise Financeira.	344 — Contabilidade e Fiscalidade.	Técnica.	1.º ano	Semestral	30	20	50	80	3
Fundamentos de Gestão e de <i>Marketing</i> .	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	Técnica.	1.º ano	Semestral	60	45	100	160	6
Liderança e Gestão de Recursos Humanos.	345 — Gestão e Administração	Técnica.	1.º ano	Semestral	60	50	100	160	6

Unidade curricular	Área de educação e formação	Componente de formação	Ano curricular	Duração	Horas de contacto	Das quais de aplicação	Outras horas de trabalho	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)=(6)+(8)	(10)
Matemática e Estatística	461 — Matemática.	Técnica.	1.º ano	Semestral	60	50	100	160	6
Sociologia da Empresa.	312 — Sociologia e Outros Estudos.	Técnica.	1.º ano	Semestral	60	35	100	160	6
Técnicas Administrativas e de Atendimento.	346 — Secretariado e Trabalho Administrativo.	Técnica.	1.º ano	Semestral	60	45	100	160	6
Comportamento do Consumidor e Marketing Relacional.	342 — Marketing e Publicidade	Técnica.	2.º ano	Semestral	60	35	100	160	6
Folha de Cálculo	482 — Informática na Ótica do Utilizador.	Técnica.	2.º ano	Semestral	30	25	50	80	3
Gestão de Compras e Stocks	341 — Comércio	Técnica.	2.º ano	Semestral	60	30	100	160	6
Logística e Distribuição	341 — Comércio	Técnica.	2.º ano	Semestral	30	10	50	80	3
Marketing Digital e Técnicas de Venda.	342 — Marketing e Publicidade	Técnica.	2.º ano	Semestral	60	45	100	160	6
Negociação.	341 — Comércio	Técnica.	2.º ano	Semestral	60	50	100	160	6
Estágio	341 — Comércio	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral			800	800	30
<i>Total</i>					900	505	2300	3200	120

Na coluna (2) indica-se a área de educação e formação de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de março.

Na coluna (3) indica-se a componente de formação de acordo com o constante no artigo 13.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

Na coluna (6) indicam-se as horas de contacto, de acordo com a definição constante do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (7) indicam-se as horas de aplicação de acordo com o disposto no artigo 17.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

Na coluna (8) indicam-se as outras horas de trabalho de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (9) indicam-se as horas de trabalho totais de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (10) indicam-se os créditos segundo o *European Credit Transfer and Accumulation System* (sistema europeu de transferência e acumulação de créditos), fixados de acordo com o disposto no Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

209128428

Aviso n.º 14106/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por despacho de 9 de outubro de 2014 do diretor-geral do Ensino Superior, proferido ao abrigo do n.º 1 do referido artigo do mesmo diploma legal, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão de Vendas e Espaços Comerciais pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras Instituto do Politécnico do Porto.

16 de novembro de 2015. — O Diretor-Geral do Ensino Superior,
Prof. Doutor João Queiroz.

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior

Instituto Politécnico do Porto — Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras

2 — Curso técnico superior profissional

T056 — Gestão de Vendas e Espaços Comerciais

3 — Número de registo

R/Cr 68/2014

4 — Área de educação e formação

341 — Comércio

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Planear, organizar, coordenar e controlar as diferentes atividades que compõem a operação de venda.

5.2 — Atividades principais

a) Recolher informação necessária à previsão e ao planeamento das atividades comerciais, de venda, entrega e cobrança;

b) Gerir e controlar as atividades de entrega de produtos, custos, as relações com serviços de entrega, reclamação ou serviço ao cliente;

c) Gerir a informação de e para o cliente, a sua difusão e tradução em eficiência de serviço e satisfação do cliente, bem como a utilização de tecnologias subjacentes às operações comerciais;

d) Gerir espaços para promover maior número de vendas, assim como processos de venda;

e) Planear, organizar e controlar as equipas de trabalho e avaliar relatórios sobre as diferentes situações;

f) Supervisionar a utilização de instrumentos de prospeção, métodos e técnicas de pesquisa;

g) Orientar o fecho da venda, através da identificação dos sinais de compra e do conhecimento de algumas das técnicas de fecho.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos

a) Conhecimentos abrangentes sobre o mercado e os seus atores;

b) Conhecimentos especializados sobre as necessidades dos consumidores;

c) Conhecimentos especializados sobre formas de suprir as necessidades do mercado;

d) Conhecimentos abrangentes sobre as tendências de mercado;

e) Conhecimentos especializados sobre os vários perfis de negociador;

f) Conhecimentos especializados sobre a interpretação de informações e relatórios;

g) Conhecimentos especializados sobre o funcionamento e utilização dos softwares de análise de dados e de gestão dos clientes;

h) Conhecimentos abrangentes sobre situações problemáticas ao nível do direito laboral, comercial e do consumo.

6.2 — Aptidões

a) Gerir equipas de vendas orientadas para os resultados;

b) Conceber, executar e interpretar quadros e gráficos;

c) Analisar, organizar, avaliar e acompanhar a prospeção;

d) Dinamizar uma rede de vendas e de negociar em contextos adversos;

e) Conceber e planear um sistema de permanente seleção de informação sobre produtos substitutos e concorrência;

f) Avaliar, supervisionar e controlar as atividades justificando os eventuais desvios;

g) Efetuar comunicações orais com apoio de suportes diversificados de apresentação de informação;