

CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

Aviso n.º 18191/2023

Sumário: Regista a criação do curso técnico superior profissional de Gestão de Negócios Internacionais do Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa.

Torna-se público, nos termos do n.º 2 do artigo 40.º-T do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na sua redação atual, que, por despacho de 23 de setembro de 2022, da à data Diretora-Geral do Ensino Superior, Prof.ª Doutora Maria da Conceição Bento, proferido ao abrigo do n.º 1 do artigo 40.º-T do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na sua redação atual, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão de Negócios Internacionais, a ministrar pelo Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa.

5 de setembro de 2023. — O Diretor-Geral, *Joaquim Mourato*.

ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior:

Instituto Português de Administração de Marketing de Lisboa.

2 — Curso técnico superior profissional:

T652 — Gestão de Negócios Internacionais.

3 — Número de registo:

R/Cr 64/2022.

4 — Área de educação e formação:

345 — Gestão e administração.

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral:

Pesquisar e monitorizar os mercados internacionais em que a empresa se movimenta, atuar no âmbito da prospeção/promoção, negociação, realização e acompanhamento das vendas dos seus produtos e ou serviços nos mercados estrangeiros e otimizar processos de importação e exportação.

5.2 — Atividades principais:

- a) Desenvolver, organizar e dinamizar os espaços de vendas;
- b) Desenvolver e implementar uma estratégia de comércio eletrónico;
- c) Realizar a prospeção de mercado, recorrendo a diversas fontes de informação;
- d) Elaborar estudos de mercado relativos aos segmentos estratégicos do mercado alvo da empresa, posicionamento e estratégia de *marketing* nos mercados externos;
- e) Gerir as compras em contexto internacional (importação);
- f) Coordenar os serviços de apoio à importação e à exportação;
- g) Gerir relações profissionais em contexto multicultural;
- h) Elaborar relatórios de atividades comerciais no contexto da exportação do país destino;
- i) Dominar o manuseamento das novas tecnologias na atividade de prospeção comercial internacional;

j) Analisar e interpretar o sistema político, económico e legal propício à atividade da empresa em contexto internacional.

6 — Referencial de competências:

6.1 — Conhecimentos:

- a) Conhecimentos fundamentais de análise estatística das vendas;
- b) Conhecimentos fundamentais de *marketing*;
- c) Conhecimento fundamental sobre distribuição, gestão de *stocks* e aprovisionamento;
- d) Conhecimentos especializados sobre desenvolvimento e lançamento de produtos;
- e) Gestão e comunicação intercultural;
- f) Conhecimentos fundamentais de língua portuguesa, inglesa e mandarim e de Comunicação empresarial;
- g) Conhecimentos de Direito comunitário e internacional, Economia e finanças internacionais, Mercados financeiros internacionais, Relações comerciais internacionais e política internacional;
- h) Técnicas de pesquisa de informação e estudos de mercado;
- i) Técnicas de venda e de negociação em contexto internacional;
- j) Fiscalidade e documentação nas operações de comércio internacional. *Incoterms*. Seguros na atividade internacional. Regimes e procedimentos aduaneiros;
- k) Comércio eletrónico, Ferramentas digitais de comunicação, promoção e comercialização;
- l) Planeamento e controlo de gestão: previsão e controlo de vendas/importações; cálculos de custos de venda e ou importação, margens e rentabilidades;
- m) *Marketing* Internacional.

6.2 — Aptidões:

- a) Pesquisar, selecionar e interpretar dados e informações de mercado, nomeadamente no que se refere a produtos e ou serviços, clientes, concorrentes e fornecedores, apoiando a definição e ou implementação da estratégia de internacionalização da empresa;
- b) Identificar os constrangimentos regulamentares dos mercados estrangeiros;
- c) Elaborar o caderno de encargos para a subcontratação de estudos de mercado e assegurar a coordenação da sua implementação no mercado estrangeiro;
- d) Utilizar técnicas de pesquisa e recolha de informação tendo em vista a obtenção de informação de mercado, disponível nos mais diversos suportes;
- e) Organizar e avaliar o processo de recolha e de tratamento da informação;
- f) Utilizar e atualizar bases de dados de contactos profissionais (clientes, fornecedores, prestadores de serviços, serviços oficiais competentes);
- g) Atualizar e alimentar regularmente sistemas de informação e ou monitorização das atividades de import-export;
- h) Identificar e propor ações de política comercial, tendo em conta os objetivos de internacionalização da empresa, a atracção e satisfação do cliente e o desenvolvimento das vendas;
- i) Definir recomendações para o estabelecimento de um plano de ação operacional em conformidade com a política comercial da empresa e com as conclusões da análise-diagnóstico do mercado estrangeiro;
- j) Identificar e selecionar os mercados-alvo de acordo com as características específicas dos mercados estrangeiros;
- k) Aplicar técnicas de organização do trabalho no desenvolvimento da atividade de import-export;
- l) Efetuar, acompanhar e avaliar a prospeção de clientes;
- m) Elaborar uma oferta comercial ajustada. Preparar e organizar a venda;
- n) Negociar, com clientes e ou parceiros estrangeiros;
- o) Identificar e selecionar potenciais fornecedores. Redigir um pedido de proposta e ou consulta aos pré-selecionados, avaliar as suas propostas e negociar;
- p) Preparar e fornecer os elementos necessários aos serviços competentes da empresa, tendo por objetivo a realização de contratos de parceria ou de prestação de serviços;
- q) Elaborar e ou monitorizar o processo administrativo das compras e das vendas e assegurar a gestão da qualidade do serviço a clientes;



- r) Controlar a qualidade dos produtos/serviços vendidos ou comprados e dos serviços prestados pelos prestadores de serviços de comércio internacional;
- s) Reunir, analisar e selecionar informações acerca dos processos de tomada de decisão e acerca dos métodos de negociação nos diferentes países;
- t) Reunir informações acerca das práticas sociais e culturais de forma a comunicar eficazmente com contactos estrangeiros para uma dinamização, implementação e gestão eficientes de uma carteira de clientes e uma rede de contactos internacionais.

6.3 — Atitudes:

- a) Adaptar a linguagem às características dos interlocutores;
- b) Demonstrar capacidade de persuasão e de estabelecer relações estáveis com clientes, fornecedores e outros prestadores de serviços;
- c) Demonstrar disponibilidade, cortesia e respeito pelos outros no relacionamento com interlocutores diferenciados;
- d) Demonstrar flexibilidade adaptando-se a diferentes situações e contextos profissionais (nomeadamente interculturais) e evitando situações de conflito ou confronto;
- e) Demonstrar capacidade para capitalizar a sua experiência e implementar boas práticas;
- f) Demonstrar capacidade para trabalhar em equipa e cooperar para objetivos comuns;
- g) Definir prioridades e organizar o trabalho;
- h) Demonstrar autonomia na organização e realização do trabalho;
- i) Demonstrar capacidade de análise metódica de informação crítica;
- j) Tolerar a ambiguidade e a diferença cultural;
- k) Demonstrar inovação e criatividade na resolução e antecipação de problemas ou na abordagem a situações novas;
- l) Demonstrar sentido de responsabilidade pelos resultados do trabalho;
- m) Reagir a situações novas e ambíguas aparentando pouco desconforto;
- n) Demonstrar lealdade e consideração pelos interesses da empresa/organização;
- o) Demonstrar capacidade para gerir o tempo em função do plano de trabalho e das prioridades;
- p) Demonstrar capacidade para agir em conformidade com a ética profissional e com normas de qualidade;
- q) Demonstrar capacidade de adaptação à evolução tecnológica na sua atividade profissional.

7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Uma das seguintes:

- Matemática (área disciplinar do ensino secundário);
- Português (área disciplinar do ensino secundário);
- Economia (área disciplinar do ensino secundário);
- Comércio (área disciplinar do ensino profissional);
- Administração (área disciplinar do ensino profissional);
- Marketing (área disciplinar do ensino profissional);
- Tecnologias da Informação e Comunicação (área disciplinar do ensino profissional).

8 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso:

2022-2023.

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
Lisboa	Instalações do IPAM Lisboa, acreditadas pela DGES para o efeito.	30	60



10 — Estrutura curricular:

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
345 — Gestão e administração	66	55,00 %
342 — Marketing e publicidade	17	14,17 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	10	8,33 %
213 — Audiovisuais e produção dos média	5	4,17 %
341 — Comércio	5	4,17 %
314 — Economia	5	4,17 %
380 — Direito	4	3,33 %
090 — Desenvolvimento pessoal	4	3,33 %
311 — Psicologia	4	3,33 %
<i>Total</i>	120	100 %

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)	Das quais correspondem apenas ao estágio (8.1)	Horas de trabalho totais (9) = (6) + (8)	Créditos (10)
Comportamento de Compra Internacional.	311 — Psicologia	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	30	0	78	0	108	4
Direito e fiscalidade Internacional.	380 — Direito	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	30	0	78	0	108	4
Fundamentos da Gestão de Negócios.	345 — Gestão e administração	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	60	0	102	0	162	6
Inovação Internacional	342 — Marketing e publicidade	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	45	0	90	0	135	5
Técnicas de Comunicação	090 — Desenvolvimento pessoal	Geral e científica.	1.º ano	Semestral	30	0	78	0	108	4
Economia da Empresa	314 — Economia	Técnica	1.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Estudos de Mercado.	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º ano	Semestral	60	45	102	0	162	6
Gestão de Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º ano	Semestral	60	45	102	0	162	6
Gestão Estratégica e E-Business.	345 — Gestão e administração	Técnica	1.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Língua estrangeira I	222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Língua Estrangeira II	222 — Línguas e literaturas estrangeiras.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Técnicas de Negociação e Venda Internacionais.	341 — Comércio.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Ferramentas de Web Design e E-Commerce.	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica	2.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Finanças Internacionais	345 — Gestão e administração	Técnica	2.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Gestão de Informação de Apoio ao Comércio Internacional.	345 — Gestão e administração	Técnica	2.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Laboratório da Internacionalização	345 — Gestão e administração	Técnica	2.º ano	Semestral	60	60	210	0	270	10
Logística Internacional e Operações Aduaneiras.	345 — Gestão e administração	Técnica	2.º ano	Semestral	45	30	90	0	135	5
Estágio	345 — Gestão e administração	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral	300	0	450	300	750	30
<i>Total</i>					1 080	420	2 100	300	3 180	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 40.º-J do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro.

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 40.º-N do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro.

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 (8.1) indica-se o número de horas dedicadas ao estágio.



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.

316841426