

Curso Profissional de Técnico de Comércio – 2018 a 2021 – Área de Formação 05 – Nível 4

CPV – Comunicar no Ponto de Venda * | 11º Ano – 2019/2020

Professor: Luís Filipe Ribães Ferreira Monteiro

Planificação e Desenvolvimento Programático – 11º Ano | Turma TCOM

Formação Técnica: CPV – Módulos 4, 5 e 6

COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

1. Acompanhar as novas tendências de ações de dinâmica e interação no ponto de venda; 2. Acompanhar a tendência e evolução dos gostos e preferências dos consumidores; 3. Sensibilizar para a estética e equilíbrio; 4. Utilizar as técnicas de otimização e rentabilidade do espaço; 5. Identificar e usar os termos técnicos e específicos de comunicação no ponto de venda; 6. Conhecer as principais técnicas de comunicação no ponto de venda; 7. Aplicar as técnicas de comunicação em novos contextos, dimensões e/ou formatos; 8. Utilizar instrumentos de análise para interpretar a realidade e a dinâmica comercial portuguesa; 9. Utilizar corretamente a língua portuguesa para comunicar; 10. Pesquisar e recolher informação, nomeadamente, com recurso às novas tecnologias; 11. Pesquisar, recolher e registar factos e ações interessantes (*benchmarking*); 12. Elaborar sínteses de conteúdo de documentação analisada; 13. Estruturar respostas com correção formal e de conteúdo; 14. Utilizar técnicas de representação da realidade como esquemas síntese, quadros de dados e gráficos; 15. Interpretar quadros e gráficos; 16. Propor projetos de trabalho, realizá-los e avaliá-los; 17. Apresentar comunicações orais recorrendo a suportes diversificados de apresentação da informação; 18. Revelar espírito crítico e hábitos de tolerância e de cooperação; 19. Apresentar e fundamentar os seus pontos de vista respeitando as ideias dos outros; 20. Demonstrar criatividade e abertura à inovação; 21. Realizar as tarefas de forma autónoma e responsável; 22. Revelar hábitos de trabalho individual e em grupo.

Elenco Modular			Conteúdos Programáticos	Recursos & Sugestões Didáticas	Avaliação & Critérios de Avaliação	Duração (Horas)
Nº	Módulos	Objetivos Específicos				
4	Animação no Ponto de Venda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compreender o papel e importância da animação do ponto de venda. 2. Compreender e distinguir os tipos de animação no ponto de venda. 3. Distinguir animação permanente de animação promocional. 4. Identificar os elementos de animação permanente. 5. Compreender a importância da negociação dos elementos de animação permanente. 6. Compreender os objetivos da animação promocional. 7. Identificar potenciais momentos de animação promocional. 8. Reconhecer o caráter diferenciador da animação promocional. 9. Explicar a importância da planificação e do controlo. 10. Identificar as potencialidades da animação do ponto de venda na rentabilidade das vendas. 	<p>I – O Contexto e Importância da Animação do Ponto de Venda</p> <p>II – Tipos de Animação no Ponto de Venda</p> <p>III – Objetivos da Animação no Ponto de Venda</p> <p>IV – A Animação Permanente</p> <p>Elementos Negociação Manutenção</p> <p>V – Animação do Ponto de Venda</p> <p>VI – Animação Promocional</p> <p>Ações temáticas Ações pontuais Calendarização Planificação Controlo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilização de Meios Multimédia & Internet. 2. Consulta de Legislação. 3. Pesquisa e Utilização de Endereços Vários na Internet, Revistas, Publicações e Bibliografia Diversa. 4. Projeção de Filmes/Vídeos. 5. Apontamentos de Apoio e Utilização do Moodle. 6. Exploração de Wikis Temáticas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observação Direta. 2. Resolução de Fichas de Trabalho. 3. Elaboração de Literatura Cinzenta: Dicionários/Glossários/Manuais. 4. Testes de Avaliação Formativos e Sumativos 5. Avaliação de Trabalhos Individuais & Coletivos. 6. Relatório Individual e/ou de Grupo. 7. Trabalhos de Campo com/sem Elaboração de Relatórios Técnicos. 8. Conção e Desenvolvimento de Wikis de Conhecimento. 9. Produção de Vídeos “Trailers” Temáticos. <p>(Critérios Específicos de Avaliação – Vide P.F. Quadro 1)</p>	<p>46 H</p> <p>62 Tempos de 50’</p> <p>1º Período 2019/2020</p> <p>16/09/2019 a 17/12/2019</p>

5	Promoção de Vendas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compreender o conceito e âmbito da promoção de vendas. 2. Perceber as principais funções e objectivos da promoção de vendas. 3. Identificar as principais técnicas de promoção de vendas. 4. Identificar as técnicas mais adequadas para categorias de produtos. 5. Explicar as finalidades das principais técnicas de promoção no ponto de venda. 6. Explicar as fases de planeamento da promoção de vendas. 7. Reconhecer a importância do planeamento. 8. Explicar a importância da execução e controle. 9. Analisar resultados e identificar potenciais medidas correctivas ou de reforço. 10. Analisar e avaliar casos práticos. 11. Compreender a promoção de vendas na Internet. 12. Identificar as potencialidades da internet como canal de promoção de vendas. 13. Reconhecer as principais tendências na promoção de vendas. 	<p>I - Conceito de Promoção de Vendas Contexto e importância da promoção de vendas</p> <p>II - Funções da Promoção de Vendas Objetivos</p> <p>III - Técnicas de Promoção de Vendas Preço Concursos Coleccionismo Folhetos Destques Vales desconto e cupões Promotoras Brindes <i>Banded pack</i> e oferta de produto Amostras Novas técnicas</p> <p>IV - Planeamento da Promoção de Vendas Definição de objetivos Escolha de produtos ou serviços Escolha de fornecedores Orçamento Calendarização Abastecimento</p> <p>V - Execução Operacional da Promoção de Vendas</p> <p>VI - Análise e Avaliação</p> <p>VI - Promoções na Internet Definição e princípios Principais estratégias</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilização de Meios Multimédia & Internet. 2. <i>Consulta</i> de Legislação. 3. Pesquisa e Utilização de Endereços Vários na Internet, Revistas, Publicações e Bibliografia Diversa. 4. Projeção de Filmes/Vídeos. 5. Apontamentos de Apoio e Utilização do Moodle. 6. Exploração de Wikis Temáticas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observação Direta. 2. Resolução de Fichas de Trabalho. 3. Elaboração de Literatura Cinzenta: Dicionários/Glossários/Manuais. 4. Testes de Avaliação Formativos e Sumativos. 5. Avaliação de Trabalhos Individuais & Coletivos. 7. Relatório Individual e/ou de Grupo. 8. Trabalhos de Campo com/sem Elaboração de Relatório Técnico. 9. Conceção e Desenvolvimento de Wikis de Conhecimento. 10. Produção de Vídeos "Trailers" Temáticos. <p>(Critérios Específicos de Avaliação – Vide P.F. Quadro 1)</p>	<p>46 H</p> <p>62 Tempos de 50'</p> <p>2º Período 2019/2020</p> <p>06/01/2020 a 25/03/2020</p>
---	--------------------	--	---	---	---	--

<div>6</div> <div>Publicidade</div>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compreender o conceito de publicidade. 2. Identificar as principais formas de comunicação publicitária. 3. Compreender e explicar os principais objetivos de uma campanha publicitária. 4. Distinguir os papéis e funções dos principais actores na conceção de uma campanha publicitária. 5. Promover e partilhar ideias. 6. Reconhecer os componentes de um <i>briefing</i> e perceber as suas funções. 7. Identificar os media e os suportes mais utilizados numa campanha. 8. Analisar e avaliar a potencialidade dos media e dos suportes na comunicação de produtos e serviços. 9. Compreender o conceito de publicidade na internet. 10. Reconhecer e identificar as potencialidades da Internet como novo espaço publicitário. 11. Analisar orçamentos publicitários e relacionar os orçamentos com os objetivos da empresa e os orçamentos globais. 12. Monitorar e avaliar a eficácia e impacto de uma campanha publicitária. 	<p>I – A Publicidade Conceito Publicidade A publicidade nos media As diferentes formas de comunicação publicitária Objetivos da comunicação publicitária</p> <p>II - Campanhas Publicitárias Atores e funções Ideias publicitárias <i>Briefing</i> Plano criativo</p> <p>III - Os Media e Suportes Publicitários A estratégia de escolha dos media Critérios de escolha dos media Plano media A Internet como um novo espaço publicitário A comunicação electrónica</p> <p>IV - Orçamento Orçamento interno (objetivos de vendas/quotas de mercado)</p> <p>V - Análise e Avaliação Eficácia comunicacional da publicidade Impacto</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilização de Meios Multimédia & Internet. 2. <i>Consulta</i> de Legislação. 3. Pesquisa e Utilização de Endereços Vários na Internet, Revistas, Publicações e Bibliografia Diversa. 4. Projeção de Filmes/Vídeos. 5. Apontamentos de Apoio e Utilização do Moodle. 6. Exploração de Wikis Temáticas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observação Direta. 2. Resolução de Fichas de Trabalho. 3. Elaboração de Literatura Cinzenta: Dicionários/Glossários/Manuais. 4. Testes de Avaliação Formativos e Sumativos 5. Avaliação de Trabalhos Individuais & Coletivos. 6. Relatório Individual e/ou de Grupo. 7. Trabalho de Campo com/sem Elaboração de Relatório Técnico. 8. Conceção e Desenvolvimento de Wikis de Conhecimento. <p><i>(Critérios Específicos de Avaliação – Vide P.F. Quadro 1)</i></p>	<p>29 H</p> <p>39 Tempos de 50´</p> <p>3º Período 2019/2020</p> <p>14/04/2020 a 17/06/2020</p>
-------------------------------------	---	--	---	--	--

* Portaria n.º 996/2007 de 28 de agosto | DL. Nº 55/2018, 06 de julho

» » Critérios Específicos de Avaliação « «

Quadro 1

Domínios	Parâmetros	Ponderação	
Aprendizagem Conhecimentos ¹	Testes de Avaliação	40%	85%
	Trabalhos	45%	
Atitudes Comportamentos	Capacidade de Iniciativa	2%	15%
	Capacidade de Comunicação	2%	
	Participação nas Atividades Propostas	3%	
	Cooperação e Articulação com o Grupo e o Meio	3%	
	Comportamento Adequado ao Espaço da Atividade Letiva	5%	

¹ Sempre que só existir um instrumento de avaliação, os 85% reverterem na totalidade para esse instrumento.