

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

CV - Comercializar e Vender* | 11º Ano – 2019/2020

Professor: Luís Filipe Ribães Ferreira Monteiro

Planificação e Desenvolvimento Programático – 11º Ano | Turma TCOM

Formação Técnica: CV – Módulos 6, 7, 8 e 9 ...

COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

1. Usar os conceitos comerciais para compreender e analisar o mercado e a atividade comercial;
2. Utilizar corretamente a terminologia comercial;
3. Aplicar conceitos comerciais em novos contextos, dimensões e/ou formatos;
4. Utilizar instrumentos de análise para interpretar a realidade comercial portuguesa;
5. Utilizar corretamente a Língua Portuguesa para comunicar;
6. Pesquisar e recolher informação, nomeadamente, com recurso às novas tecnologias;
7. Elaborar sínteses de conteúdo de documentação analisada; estruturar respostas com correção formal e de conteúdo;
8. Utilizar técnicas de representação da realidade como esquemas síntese, quadros de dados e gráficos;
9. Interpretar quadros e gráficos;
10. Propor projetos de trabalho, realizá-los e avaliá-los;
11. Apresentar comunicações orais recorrendo a suportes diversificados de apresentação;
12. Revelar espírito crítico e hábitos de tolerância e de cooperação;
13. Apresentar e fundamentar os seus pontos de vista respeitando as ideias dos outros;
14. Demonstrar criatividade e abertura à inovação;
15. Realizar as tarefas de forma autónoma e responsável;
16. 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				
6	Segmentação & Posicionamento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Classificar os diferentes formatos de comércio. Compreender a noção de segmentação. 2. Identificar as características de segmentação. 3. Explicar o processo de segmentação. 4. Identificar e analisar critérios de segmentação. 5. Distinguir e perceber a pertinência dos critérios de segmentação 6. Compreender a noção de posicionamento. 7. Explicar a importância do posicionamento. 8. Identificar possíveis fontes de posicionamento. 9. Perceber o conceito de diferenciação. 10. Identificar e reconhecer fatores de diferenciação. 	<p>I – Segmentação Noção Utilidade e processo de segmentação Critérios de segmentação Escolha e definição dos critérios de segmentação Métodos de segmentação de mercado</p> <p>II – Posicionamento Noção A importância e razão do posicionamento As dimensões do posicionamento As características distintivas A diferenciação As qualidades de um posicionamento eficaz</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. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observação Direta. 2. Resolução de Fichas de Trabalho. 3. Elaboração de Dicionários/Glossários/Manuais. 4. Testes de Avaliação Formativos e Sumativos. 5. Avaliação de Trabalhos Individuais & Coletivos. 6. Relatório Individual e/ou de Grupo. <p>(Critérios Específicos de Avaliação – Vide P.F. Quadro 1)</p>	<p>39 H</p> <p>52 Tempos de 50'</p> <p>1º Período 2019/2020</p> <p>16/09/2019 a 17/12/2019</p>

7	Técnicas de Vendas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explicar a importância do equilíbrio entre a oferta e a procura. Compreender e explicar o conceito de venda e a sua importância no desenvolvimento da atividade comercial. 2. Compreender a importância da relação com o cliente na atividade de venda. 3. Referir as fases do processo de venda. 4. Perceber o conceito do vendedor. 5. Explicar o papel e importância do indivíduo enquanto vendedor. 6. Identificar as principais funções do vendedor enquanto interlocutor. 	<p>I – Conceito de Venda Noção O papel e importância da venda Os instrumentos de venda</p> <p>II – Processo de Venda A importância das fases do processo de venda As fases do processo</p> <p>III – Vendedor Noção</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. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observação Direta. 2. Resolução de Fichas de Trabalho. 3. Elaboração de Dicionários/Glossários/Manuais. 4. Testes de Avaliação Formativos e Sumativos. 5. Avaliação de Trabalhos Individuais & Coletivos. 6. Relatório Individual e/ou de Grupo. <p><i>(Critérios Específicos de Avaliação – Vide P.F. Quadro 1)</i></p>	<p>45 H</p> <p>60 Tempos de 50'</p> <p>1º Período 2019/2020</p> <p>16/09/2019 a 17/12/2019</p>
---	--------------------	---	---	---	--	--

1. Definir o tipo de investigação a ser desenvolvida. Compreender o conceito de atendimento como veículo e canal de comunicação da empresa.
2. Compreender o papel do atendimento na interação com o cliente.
3. Explicar os princípios de qualidade do atendimento e identificar as etapas de um atendimento eficaz.
4. Reconhecer o papel da comunicação no atendimento eficaz.
5. Identificar as atitudes individuais obstáculos à comunicação.
6. Reconhecer situações difíceis.
7. Explicar os instrumentos de gestão de situações difíceis.
8. Distinguir o bom do mau atendimento e o atendimento eficaz do ineficaz.

I - Identidade da Empresa

Valores e formas de atuar
Imagem da empresa
O atendimento e a imagem da empresa

II - Atendimento

As primeiras impressões
Perspetiva proativa
Competências do atendedor
Empatia - O cliente

III - Qualidade de Atendimento

Princípios
Etapas do atendimento eficaz

IV - Processo de Comunicação

Enviar e receber mensagens
Obstáculos à comunicação
Atitudes individuais,
Assertividade
Escuta ativa.

V - Gestão de Situações Difíceis

Conflitos
Tratamento de objeções
Reclamações

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.

1. Observação Direta.
2. Resolução de Fichas de Trabalho.
3. Elaboração de Dicionários/Glossários/Manuais.
4. Testes de Avaliação Formativos e Sumativos
5. Avaliação de Trabalhos Individuais & Coletivos.
6. Relatório Individual e/ou de Grupo.

(Critérios Específicos de Avaliação – Vide P.F. Quadro 1)

45 H

60 Tempos
de 50'

2º Período
2019/2020

06/01/2020 a
25/03/2020

19	Técnicas de Negociação & Argumentação	<ol style="list-style-type: none"> Contextualizar as variáveis situacionais. Reconhecer a importância do estudo, análise, tratamento e preparação de toda a informação relevante para a condução da atividade comercial. Compreender o impacto do contacto e abordagem com o interlocutor. Identificar os princípios essenciais no conhecimento das necessidades e convicções do interlocutor. Distinguir instrumentos de objeção eficazes. Esquematizar respostas e argumentações claras e dirigidas. Reconhecer situações difíceis. Apresentar soluções alternativas. Desenvolver a capacidade de síntese. Promover um discurso claro e seguro. Reconhecer a importância do serviço pós-venda na continuidade da relação com o cliente. 	<p>II - Preparação Estudo Recolha de informação Planeamento</p> <p>II - Contacto Apresentação; Abordagem</p> <p>III - Conhecimento Perguntar Escutar Apresentação de benefícios</p> <p>IV - Convencer Argumentação Rebater objeções Responder questões Apresentar soluções Alterar hábitos</p> <p>V - Conclusão Síntese Fecho Despedida</p> <p>VI - Serviço Pós-venda</p>	<ol style="list-style-type: none"> Utilização de Meios Multimédia & Internet; Consulta de Legislação; Pesquisa e Utilização de Endereços Vários na Internet, Revistas, Publicações e Bibliografia Diversa; Projeção de Filmes/Vídeos; Apontamentos de Apoio e Utilização do Moodle. 	<ol style="list-style-type: none"> Observação Direta; Resolução de Fichas de Trabalho; Elaboração de Dicionários/Glossários/Manuais; Testes de Avaliação (Formativos e Sumativos); Avaliação de Trabalhos Individuais & Coletivos; Relatório Individual e/ou de Grupo. <p><i>(Critérios Específicos de Avaliação – Vide P.F. Quadro 1)</i></p>	<p>45 H 60 Tempos de 50' 3º Período 2019/2020 14/04/2020 a 12/06/2020</p>
----	--	---	---	--	--	---

* Portaria n.º 996/2007, 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 Trabalhos	40%	85%
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.