

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)	Observações (11)
Ferramentas de Autor Multimédia	213 — Audiovisuais e Produção dos Media.	Técnica. . . . .	2.º ano	Anual	75	55	25	100	4	
Programação Criativa e Artes Interativas.	481 — Ciências Informáticas	Técnica. . . . .	2.º ano	Anual	75	55	25	100	4	
Projeto de Sistemas Multimédia. . .	213 — Audiovisuais e Produção dos Media.	Técnica. . . . .	2.º ano	Anual	100	70	50	150	6	
Técnicas de <i>Design</i> e <i>Web Design</i>	213 — Audiovisuais e Produção dos Media.	Técnica. . . . .	2.º ano	Anual	75	55	50	125	5	
Estágio . . . . .	213 — Audiovisuais e Produção dos Media.	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Anual			800	800	30	
<i>Total</i> . . . . .					1 300	790	1 750	3 050	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.

Na coluna (11) indicam-se as unidades curriculares opcionais, devendo ser escolhida uma de entre as indicadas.

209128209

### Aviso n.º 14103/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que:

1 — Por despacho de 14 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 provisoriamente, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão Comercial e Vendas, pelo Instituto Superior entre Douro e Vouga.

2 — O registo tornou-se definitivo em 15 de dezembro de 2014.

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

#### ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior  
Instituto Superior entre Douro e Vouga

2 — Curso técnico superior profissional  
T002 — Gestão Comercial e Vendas

3 — Número de registo  
R/Cr 74/2014

4 — Área de educação e formação  
341 — Comércio

5 — Perfil profissional  
5.1 — Descrição geral

Analisar o mercado e, face às suas especificidades, elaborar um plano de gestão comercial, assim como de organizar e planear a venda de um produto e ou serviço, de acordo com as forças da empresa e, deste modo, garantir a satisfação dos seus clientes e a sua fidelização.

5.2 — Atividades principais

- Gerir vendas;
- Coordenar a força de vendas;
- Promover no mercado os produtos e serviços;
- Coordenar o departamento comercial;
- Implementar as técnicas de merchandising;
- Gerir produtos e serviços;
- Gerir a logística;
- Gerir o mercado dos produtos e serviços;

i) Elaborar estudos de mercado relativos aos segmentos estratégicos do mercado alvo.

6 — Referencial de competências  
6.1 — Conhecimentos

- Conhecimentos especializados de comunicação em língua materna e em língua inglesa;
- Conhecimentos abrangentes da legislação de suporte à atividade comercial;
- Conhecimentos fundamentais sobre as organizações e mercados;
- Conhecimentos especializados de técnicas de pesquisa e de prospecção de mercados;
- Conhecimentos especializados do processo de venda;
- Conhecimentos especializados do funcionamento da atividade comercial;
- Conhecimentos especializados de técnicas de promoção e de merchandising;
- Conhecimentos especializados de estatística e de informática;
- Conhecimentos especializados na gestão de equipas de vendas;
- Conhecimentos abrangentes dos mercados industriais e de serviços (nacionais e internacionais);
- Conhecimentos abrangentes dos principais meios de suporte e reforço da atividade comercial.

6.2 — Aptidões

- Falar e escrever fluentemente na língua portuguesa e inglesa numa ótica empresarial;
- Aplicar às diferentes situações decorrentes da atividade comercial a legislação em vigor em cada momento;
- Enquadrar-se na organização e contribuir com o trabalho desenvolvido na área comercial para os resultados da mesma;
- Implementar pesquisas e estudos de mercado passíveis de potenciar os resultados da atividade comercial;
- Desenvolver de forma técnica e com elevado nível de profissionalismo o processo de venda;
- Planificar o conjunto das etapas que constituem a atividade comercial;
- Implementar as técnicas de animação no local de venda;
- Recolher, tratar e analisar as informações recolhidas e a divulgar por via de ferramentas informáticas e estatísticas;
- Gerir uma equipa de trabalho, repartindo responsabilidades, orientando, responsabilizando e avaliando;
- Atuar nos setores industriais e de serviços, tanto a nível nacional como internacional;
- Intervir no domínio da publicidade e de outros suportes designadamente *online*.

## 6.3 — Atitudes

a) Demonstrar capacidade em relacionar-se com facilidade no contexto nacional e internacional;

b) Demonstrar facilidade para relacionar assuntos de domínios diferentes;

c) Demonstrar flexibilidade, capacidade de trabalho em equipa e orientação para os objetivos;

d) Demonstra iniciativa, persistência e motivação;

e) Demonstrar profissionalismo;

f) Demonstrar sentido de organização e planificação;

g) Demonstrar sensibilidade para o domínio dos sentidos e seu impacto no comportamento do consumidor;

h) Demonstrar capacidade para recolher, seleccionar e sistematizar informação relevante através das técnicas mais eficazes, em cada caso;

i) Demonstrar capacidade de liderança;

j) Demonstrar versatilidade e adaptabilidade;

k) Ser capaz de articular e potenciar o seu trabalho pelos mais diversos meios de comunicação à disposição e complementares à sua atividade.

## 7 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
341 — Comércio	60	50
342 — <i>Marketing</i> e Publicidade	23	19
345 — Gestão e Administração	12,5	10
481 — Ciências Informáticas	9	8
462 — Estatística	4,5	4
222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras	3,5	3

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
223 — Língua e Literatura Materna	3,5	3
314 — Economia	4	3
<i>Total</i>	120	100

8 — Áreas relevantes 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:

Comunicação

Gestão

Comércio

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
Santa Maria da Feira	ISVOUGA — Instituto Superior entre Douro e Vouga.	25	55

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

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)
Comunicação Empresarial	345 — Gestão e Administração.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		55	100	4
Economia	314 — Economia	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		40	100	4
Legislação Comercial	341 — Comércio	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		40	100	4
Língua Inglesa	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	50		40	90	3,5
<i>Marketing</i>	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		40	100	4
Português	223 — Língua e Literatura Materna.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	50		40	90	3,5
Tecnologias de Informação e Comunicação.	481 — Ciências Informáticas	Geral e científica	1.º ano	Semestral	45		55	100	4
Aprovisionamento e Gestão de Stocks.	341 — Comércio	Técnica	1.º ano	Semestral	60	50	85	145	5,5
Comportamento do Consumidor	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral	50	40	70	120	4,5
Estatística	462 — Estatística	Técnica	1.º ano	Semestral	45	35	75	120	4,5
Introdução à Atividade da Empresa.	345 — Gestão e Administração.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	35	55	100	4
Liderança e Gestão de Equipas	345 — Gestão e Administração.	Técnica	1.º ano	Semestral	45	35	75	120	4,5
<i>Merchandising</i> e <i>Marketing</i> Direto.	341 — Comércio	Técnica	1.º ano	Semestral	60	50	70	130	5
Técnicas de Negociação	341 — Comércio	Técnica	1.º ano	Semestral	60	50	70	130	5
Comércio Internacional	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	85	145	5,5
<i>E-Marketing</i>	481 — Ciências Informáticas	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	70	130	5
Estudos de Mercado	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	60	120	4,5
Gestão de Vendas e Distribuição	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	80	140	5
<i>Marketing</i> Industrial e de Serviços	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	80	140	5
Publicidade	342 — <i>Marketing</i> e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	80	140	5
Estágio	341 — Comércio	Em contexto de trabalho	2.º ano	Semestral			750	750	30
<i>Total</i>					1095	595	2045	3140	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.

209129757

### Aviso n.º 14104/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que:

1 — Pelo meu despacho de 12 de março de 2015, proferido ao abrigo do n.º 1 do referido artigo do mesmo diploma legal, foi registada provisoriamente, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão e Comércio Internacional pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.

2 — O registo tornou-se definitivo em 6 de maio de 2015.

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

#### ANEXO

1 — Instituição de ensino superior  
Instituto Politécnico da Guarda — Escola Superior de Tecnologia e Gestão

2 — Curso técnico superior profissional  
T010 — Gestão e Comércio Internacional

3 — Número de registo  
R/Cr 6/2015

4 — Área de educação e formação

341 — Comércio

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Gerir as operações de comércio internacional e contribuir para o desenvolvimento internacional sustentável da empresa, através da pesquisa e monitorização dos mercados internacionais nos quais a empresa opera, da prospeção e promoção, negociação, realização e acompanhamento das vendas dos seus produtos e ou serviços em mercados estrangeiros e da otimização de processos de importação.

5.2 — Atividades principais

a) Elaborar estudos de mercado relativos aos segmentos estratégicos do mercado alvo da empresa e ao posicionamento e estratégia de *marketing* nos mercados externos;

b) Gerir as vendas em contexto internacional (exportação);

c) Gerir as compras em contexto internacional (importação);

d) Coordenar os serviços de apoio à importação e à exportação;

e) Assegurar o acompanhamento administrativo, processual e documental das operações de importação e de exportação;

f) Coordenar as atividades da gestão comercial, aprovisionamentos e distribuição e contribuir para a sua máxima eficácia;

g) Processar a venda de produtos e ou serviços, recorrendo a equipamento informático e outros meios de comunicação disponíveis;

h) Gerir relações comerciais e profissionais em contexto multicultural;

i) Gerir técnicas de comunicação internacional considerando aspetos de cariz multicultural;

j) Gerir ferramentas e técnicas de *marketing* em mercados internacionais.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos

a) Conhecimentos especializados de estratégias e técnicas de negociação em contexto internacional;

b) Conhecimentos profundos de ferramentas de apoio à venda (técnicas de argumentação e de suporte de apoio à venda);

c) Conhecimentos especializados na elaboração e análise de relatórios comerciais internacionais;

d) Conhecimentos especializados de margens, de preços e de tarifas aduaneiras;

e) Conhecimentos fundamentais de análise estatística das vendas em contexto internacional;

f) Conhecimentos fundamentais de novas tecnologias de informação e comunicação (TIC);

g) Conhecimentos fundamentais de línguas estrangeiras;

h) Conhecimentos fundamentais em *marketing* adaptado a contextos multiculturais;

i) Conhecimentos fundamentais em logística e aprovisionamentos inerentes à cadeia de distribuição internacional;

j) Conhecimentos fundamentais de direito comercial e internacional;

k) Conhecimentos fundamentais dos processos de compra e venda.

#### 6.2 — Aptidões

a) Identificar e selecionar os mercados-alvo, de acordo com as características específicas dos mercados estrangeiros;

b) Avaliar o valor dos atuais clientes;

c) Analisar, organizar, avaliar e acompanhar a prospeção de mercados e ou de clientes;

d) Criar, gerir e atualizar uma rede multicultural de contactos relevantes;

e) Dinamizar uma rede de vendas e uma carteira de clientes;

f) Preparar e organizar a venda;

g) Propor a redefinição das orientações comerciais em função dos resultados, da satisfação dos clientes e das alterações do ambiente externo à empresa;

h) Aplicar técnicas de negociação numa língua estrangeira com clientes e parceiros estrangeiros;

i) Aplicar as TIC em todas as tarefas da atividade comercial;

j) Gerir e acompanhar o circuito logístico;

k) Utilizar ferramentas de *marketing* a nível internacional.

#### 6.3 — Atitudes

a) Demonstrar capacidade de persuasão com clientes, fornecedores e outros prestadores de serviços;

b) Demonstrar capacidade para estabelecer relações estáveis com clientes, fornecedores e outros prestadores de serviços;

c) Demonstrar capacidade de iniciativa;

d) Demonstrar capacidade de responsabilidade;

e) Demonstrar capacidade de disponibilidade, cortesia e respeito pelos outros no relacionamento com interlocutores diferenciados;

f) Demonstrar capacidade de autonomia na tomada de decisão;

g) Demonstrar capacidade de flexibilidade adaptando-se a diferentes situações e contextos profissionais, (nomeadamente interculturais) e evitando situações de conflito ou confronto;

h) Demonstrar capacidade de liderança;

i) Adaptar a linguagem às características dos interlocutores;

j) Demonstrar capacidade de flexibilidade para a utilização das novas tecnologias.

#### 7 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
341 — Comércio . . . . .	54	45
345 — Gestão e Administração . . . . .	24	20
342 — <i>Marketing</i> e Publicidade . . . . .	18	15
222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras . . . . .	9	8
223 — Língua e Literatura Materna . . . . .	4,5	4
462 — Estatística . . . . .	4,5	4
314 — Economia . . . . .	3	3
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:

Português  
Matemática  
Economia

#### 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
Guarda . . . . .	Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.	30	75