

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.

209158536

Aviso n.º 14563/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por meu despacho de 4 de maio de 2015, 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 Marketing pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro.

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

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior: Universidade de Aveiro — Instituto Superior de Contabilidade e Administração

2 — Curso técnico superior profissional: T068 — Gestão de Vendas e Marketing

3 — Número de registo: R/Cr 48/2015

4 — Área de educação e formação: 341 — Comércio

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Gerir o processo de tomada de decisão e a operacionalização da estratégia comercial e de *marketing* das empresas, em qualquer setor de atividade (comércio, indústria ou serviços). Desenvolver oportunidades de mercado, através da aplicação de técnicas de vendas, negociação, gestão e fidelização de clientes.

5.2 — Atividades principais

a) Participar no desenvolvimento de estudos de mercado dos segmentos-alvo, posicionamento, estratégia de *marketing* e concorrência;

b) Gerir as relações com os clientes com a implementação de CRM — Customer Relationship Management, identificar as suas necessidades e adequar a resposta às suas necessidades, satisfazendo-os e fidelizando-os;

c) Gerir o ciclo de vida do cliente e implementar estratégias de fidelização;

d) Realizar orçamentos e relatórios comerciais;

e) Aplicar a legislação comercial e fiscal adequada;

f) Gerir o serviço pós-venda e a receção e tratamento das reclamações;

g) Monitorizar o planeamento de vendas multicanal;

h) Administrar o ponto de venda, em termos de *merchandising* e comunicação dos produtos e serviços;

i) Operacionalizar a estratégia definida de vendas na internet e monitorizar os seus resultados;

j) Aplicar as tecnologias de informação na gestão de vendas;

k) Colaborar na estratégia de comércio internacional das empresas e nas relações interpessoais multiculturais.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos

a) Conhecimento fundamental de língua portuguesa;

b) Conhecimento especializado de língua inglesa;

c) Conhecimento fundamental de tecnologias de informação;

d) Conhecimento fundamental de matemática e estatística;

e) Conhecimento abrangente de comportamento humano em contexto organizacional;

f) Conhecimento abrangente de *marketing*, comportamento do consumidor e estudos de mercado;

g) Conhecimento especializado de estratégias e técnicas de vendas e negociação;

h) Conhecimento especializado de *merchandising* e organização do ponto de venda;

i) Conhecimento especializado de comunicação integrada de *marketing*;

j) Conhecimento especializado de CRM — Customer Relationship Management;

k) Conhecimento abrangente de legislação comercial;

l) Conhecimento abrangente de vendas na internet.

6.2 — Aptidões

a) Comunicar na língua materna e em inglês;

b) Desenvolver e executar estudos de mercado;

c) Desenvolver e implementar técnicas de vendas e de negociação;

d) Utilizar as tecnologias de informação nas atividades comerciais e de vendas;

e) Promover a política de vendas e *marketing* definida e avaliar os resultados;

f) Adequar a comunicação aos diferentes públicos;

g) Utilizar o CRM — Customer Relationship Management na definição de estratégias de venda e de fidelização;

h) Interpretar e cumprir a legislação comercial aplicável aos negócios;

i) Planear e aplicar as técnicas do comércio eletrónico.

6.3 — Atitudes

a) Demonstrar capacidade de trabalho em equipa e orientação para objetivos;

b) Demonstrar capacidade de comunicação e de gestão relações com os diferentes *stakeholders*;

c) Demonstrar capacidade de gestão de conflitos;

d) Demonstrar capacidade analítica e de tomada de decisão;

e) Demonstrar autonomia, proatividade e assertividade na resolução de problemas;

f) Demonstrar capacidade de planeamento, gestão e organização de trabalho;

g) Demonstrar espírito crítico;

h) Demonstrar capacidade de adaptação e flexibilidade perante novas situações (diferentes culturas, concorrência).

7 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
341 — Comércio	66	55
342 — Marketing e Publicidade	18	15
482 — Informática na Ótica do Utilizador	6	5
460 — Matemática e Estatística	6	5
380 — Direito	6	5
311 — Psicologia	6	5
223 — Língua e Literatura Materna	6	5
222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras	6	5
Total	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): Matemática

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
Aveiro	Instituto Superior de Contabilidade e Administração.	40	100

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

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	Das quais correspondem apenas ao estágio	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(8.1)	(9)=(6)+(8)	(10)
Aplicações Informáticas.	482 — Informática na Ótica do Utilizador.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		102		162	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	Das quais correspondem apenas ao estágio	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(8.1)	(9)=(6)+(8)	(10)
Elementos de Matemática e Estatística.	460 — Matemática e Estatística.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		102		162	6
Técnicas de Expressão Oral e Escrita.	223 — Língua e Literatura Materna.	Geral e científica	1.º ano	Semestral	60		102		162	6
Comportamento Humano nas Organizações.	311 — Psicologia	Técnica	1.º ano	Semestral	60	30	102		162	6
Direito Empresarial	380 — Direito	Técnica	1.º ano	Semestral	60	30	102		162	6
Força de Vendas	341 — Comércio	Técnica	1.º ano	Semestral	60	+45	102		162	6
Fundamentos de Marketing.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral	60	45	102		162	6
Inglês Técnico	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Técnica	1.º ano	Semestral	60	45	102		162	6
Merchandising e Gestão do Ponto de Venda.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	1.º ano	Semestral	60	45	102		162	6
Técnicas de Negociação e Vendas.	341 — Comércio	Técnica	1.º ano	Semestral	60	50	102		162	6
Comércio e Negócios Internacionais.	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	45	102		162	6
Gestão de Clientes e CRM.	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	102		162	6
Projeto de Vendas e Marketing.	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	102		162	6
Teatro de Vendas	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	50	102		162	6
Vendas e Comunicação na Internet.	341 — Comércio	Técnica	2.º ano	Semestral	60	45	102		162	6
Estágio	341 — Comércio	Em Contexto de Trabalho.	2.º ano	Semestral			810	680	810	30
<i>Total</i>					900	530	2 340	680	3 240	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 (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.

209158577

Aviso n.º 14564/2015

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por meu despacho de 6 de maio de 2015, 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 Relações e Negócios Internacionais pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego do Instituto Politécnico de Viseu.

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

ANEXO

1 — Instituição de ensino superior: Instituto Politécnico de Viseu — Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego

2 — Curso técnico superior profissional: T109 — Relações e Negócios Internacionais

3 — Número de registo: R/Cr 52/2015

4 — Área de educação e formação: 345 — Gestão e Administração

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral:

Intervir nas PME e em organizações públicas, através do apoio qualificado à gestão de relações externas, à internacionalização das PME, ao estabelecimento, implementação e monitorização de contactos e ou

projetos internacionais, bem como à conceção e acompanhamento de parcerias nacionais e internacionais.

5.2 — Atividades principais:

a) Definir, implementar e monitorizar ferramentas e estratégicas de melhoria dos serviços prestados e ou desenvolvidos ao nível organizacional;

b) Conceber e gerir processos de negociação de parcerias internacionais e ou gestão de vendas e ou compras (preparação de documentação, gestão de contratos, gestão de encomendas e pagamentos, entre outros.);

c) Desenvolver, controlar e monitorizar tarefas de apoio à gestão de PME adequadas a cada realidade organizacional, privilegiando sempre posturas de inovação, através do recurso a ferramentas como: a definição, implementação e avaliação de objetivos; a análise SWOT; o balanced scorecard; o controlo de fluxos de informação; o follow up de contratos e contactos, entre outras;

d) Conceber, implementar e supervisionar planos estratégicos, de negócios e de ação;

e) Conceber estratégias para o apoio à internacionalização de PME e ou ao estabelecimento de parcerias públicas internacionais e candidaturas a programas internacionais;

f) Conceber estratégias de comunicação, delineando e implementando as técnicas mais adequadas a cada mercado e ou público-alvo, quer ao nível oral, quer ao nível escrito (correspondência, atendimento presencial e à distância);