



CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

Despacho n.º 6006/2020

Sumário: Regista a criação do curso técnico superior profissional de Gestão Comercial e Vendas do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

Instruído e apreciado, nos termos do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na sua redação atual, o pedido de registo da criação do curso técnico superior profissional de Gestão Comercial e Vendas, a ministrar pelo Instituto Português de Administração de Marketing do Porto;

Ao abrigo do disposto no n.º 1 do artigo 40.º-T do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na sua redação atual, conjugado com o disposto na alínea g) do n.º 2 do Despacho n.º 4443/2020, de 13 de abril:

Determino:

É registada, nos termos do anexo ao presente despacho, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão Comercial e Vendas do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

28 de abril de 2020. — A Subdiretora-Geral do Ensino Superior, *Ângela Noiva Gonçalves*.

ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior: Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

2 — Curso técnico superior profissional:

T002 — Gestão Comercial e Vendas.

3 — Número de registo:

R/Cr 59/2020.

4 — Área de educação e formação:

341 — Comércio.

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral:

Gerir, planejar, organizar e coordenar, de forma autónoma ou sob orientação e ou integração em equipa, as diferentes atividades que compõem a operação de venda, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da empresa e para a satisfação e a fidelização dos clientes;

5.2 — Atividades principais:

a) Elaborar relatórios de atividades comerciais;

b) Gerir clientes, de forma a propor o produto adequado, aplicando técnicas de negociação e vendas adequadas;

c) Desenvolver, organizar e dinamizar os espaços de vendas;

d) Desenvolver e implementar uma estratégia de comércio eletrónico;

e) Avaliar os produtos da empresa, caracterizar o tipo de clientes, recolher informação sobre a concorrência e o mercado e propor melhorias de forma a satisfazer e fidelizar os clientes;

f) Elaborar estratégias de serviço pós-venda e de apoio ao cliente e gerir a receção e o tratamento de reclamações;

g) Realizar a prospeção de mercado, recorrendo a diversas fontes de informação;

h) Organizar e gerir a força de vendas.

6 — Referencial de competências:

6.1 — Conhecimentos:

a) Conhecimentos fundamentais de análise estatística das vendas;

b) Conhecimentos fundamentais de *marketing*;

- c) Conhecimentos fundamentais sobre a importância das emoções e do funcionamento da mente humana nos processos motivacionais e de decisão;
- d) Conhecimento especializado sobre a utilização das técnicas de comunicação e da linguagem não verbal, bem como do significado desta no seu interlocutor;
- e) Conhecimento profundo sobre técnicas de vendas e de negociação;
- f) Conhecimento especializado sobre o funcionamento das plataformas digitais e de gestão de redes sociais;
- g) Conhecimentos fundamentais sobre liderança;
- h) Conhecimentos profundos sobre as ferramentas de gestão de equipas comerciais e de fixação de objetivos e indicadores;
- i) Conhecimento fundamental sobre distribuição, gestão de *stocks* e aprovisionamento;
- j) Conhecimentos especializados sobre desenvolvimento e lançamento de produtos;
- k) Conhecimentos fundamentais sobre fixação de preços;
- l) Conhecimentos especializados sobre vendas e pagamentos pela internet;
- m) Conhecimentos especializados sobre *merchandising* e animação do ponto de venda;
- n) Conhecimentos fundamentais sobre a realização de eventos, nomeadamente promocionais;
- o) Conhecimento aprofundado sobre o processo de relacionamento e de gestão de reclamações;
- p) Conhecimentos fundamentais sobre gestão da informação.

6.2 — Aptidões:

- a) Preparar e organizar a venda;
- b) Analisar, organizar, avaliar e acompanhar a prospeção;
- c) Analisar as plataformas digitais, para potenciar a relação com os clientes;
- d) Dinamizar a informação nas redes sociais;
- e) Aplicar de forma contínua e estruturada, as técnicas de venda e de negociação junto dos clientes;
- f) Avaliar o cliente para determinar a melhor forma de desenvolver o processo pós-venda;
- g) Analisar dados financeiros para melhor gestão da sua zona de responsabilidade;
- h) Preparar a metodologia de fixação do preço para melhor entendimento do mesmo;
- i) Analisar os fundamentos do funcionamento da distribuição, gestão de *stocks* e aprovisionamento;
- j) Aplicar as tecnologias de informação para um desempenho mais eficaz na sua atividade profissional;
- k) Identificar e aplicar as técnicas de liderança e processos de motivação para dirigir uma equipa de vendas;
- l) Identificar e aplicar ferramentas e processos para uma correta definição do orçamento anual e objetivos de desempenho associados;
- m) Aplicar as técnicas de gestão de reclamações para que estas sejam uma oportunidade de reforço da relação com os clientes;
- n) Analisar as ações determinadas no plano de Marketing;
- o) Identificar e selecionar os mercados-alvo, de acordo com as necessidades e características específicas dos clientes;
- p) Utilizar as novas tecnologias nas atividades de gestão comercial;
- q) Aplicar a legislação comercial em vigor aplicável ao contexto da empresa.

6.3 — Atitudes:

- a) Adaptar a linguagem às características dos interlocutores;
- b) Demonstrar autonomia na tomada de decisão;
- c) Demonstrar capacidade de liderança;
- d) Adaptar as prioridades em função dos objetivos da organização;
- e) Demonstrar flexibilidade para se adaptar a situações e contextos voláteis e disponibilidade para a inovação e a aprendizagem contínua;
- f) Demonstrar capacidade de persuasão e de estabelecer relações estáveis com clientes;



- g) Demonstrar responsabilidade e sentido ético na utilização de técnicas de vendas, indo ao encontro às necessidades da organização e dos clientes;
- h) Demonstrar capacidade para a utilização de plataformas físicas e digitais;
- i) Demonstrar capacidade de iniciativa e responsabilidade na resolução de problemas, nas ações junto do mercado e nos resultados;
- j) Assumir um perfil empreendedor.

7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Duas 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: 2020-2021.

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
Porto.....	Rua Manuel Pinto de Azevedo.....	30	60

10 — Estrutura curricular:

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
341 — Comércio.....	86	71,67 %
342 — Marketing e publicidade.....	11	9,17 %
311 — Psicologia.....	8	6,67 %
462 — Estatística.....	6	5,00 %
482 — Informática na ótica do utilizador.....	5	4,17 %
380 — Direito.....	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) (8.1)	Horas de trabalho totais (9)=(6)+(8)	Créditos (10)
Análise e Tratamento de Dados	462 — Estatística	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	60		102		162	6
Direito Comercial	380 — Direito	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	30		78		108	4
Psicologia da Venda	311 — Psicologia	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	30		78		108	4
Técnicas de Comunicação	311 — Psicologia	Geral e científica	1.º Ano	Semestral . . .	30		78		108	4
Estudos de Mercado	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Gestão de Leads	341 — Comércio	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Gestão de Marketing	342 — Marketing e publicidade	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	60	45	102		162	6
Introdução às Vendas	341 — Comércio	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Sistemas de Informação	482 — Informática na ótica do utilizador	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Técnicas de Vendas	341 — Comércio	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	60	45	102		162	6
Venda Omnicanal	341 — Comércio	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Vendas em Canal Digital	341 — Comércio	Técnica	1.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Comércio Internacional	341 — Comércio	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Direção Comercial	341 — Comércio	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	45	40	90		135	5
Gestão de Equipas de Vendas	341 — Comércio	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Projeto	341 — Comércio	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	60	60	210		270	10
Promoções e Merchandising	341 — Comércio	Técnica	2.º Ano	Semestral . . .	45	30	90		135	5
Estágio	341 — Comércio	Em contexto de trabalho.	2.º Ano	Semestral . . .			770	770	770	30
<i>Total</i>					780	460	2 420	770	3 200	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.

313277556