

**Curso Profissional de Técnico de Comércio
Comunicar no Ponto de Venda- 10º Ano
Critérios específicos de Avaliação**

Área de aprendizagens específicas	Indicadores de aprendizagem	Instrumentos de avaliação	Fator de Ponderação
<p>M1 – Comunicação empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compreender o conceito abrangente de comunicação. • Distinguir os vários contextos de comunicação e explicar as diferenças entre eles. • Classificar a comunicação na empresa e os seus principais eixos. • Explicar os tipos de comunicação e os seus principais objetivos. • Compreender as etapas de elaboração de uma estratégia de comunicação e explicar as finalidades de cada uma delas. • Saber identificar necessidades de comunicação e ser capaz de escolher os meios adequados de acordo com os objetivos e o tipo de comunicação a desenvolver. • Perceber o conceito de comunicação integrada e a importância da sua articulação. 	<ul style="list-style-type: none"> - Domina conhecimentos específicos da disciplina; - Lê e interpreta documentos escritos relativos à disciplina; - Escreve e fala com rigor e prudência científicos; - Pesquisa informação, seleciona-a, analisa-a, sintetiza-a e usa-a adequadamente com referência às fontes; - Comunica oralmente resultados das suas pesquisas em sessões previstas para o efeito; - Participa criativa e inovadoramente em debates surgidos espontaneamente em aula; 	<p>-Testes escritos e/ou trabalhos equiparados</p> <p>- Trabalhos individuais, pares e/ou em grupo;</p> <p>Organização do caderno diário</p> <p>Registos de observação do desempenho</p>	<p>45%</p> <p>45%</p>
<p>M2 – Princípios de Merchandising</p> <p>Compreender o conceito de <i>merchandising</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar o merchandising como uma ferramenta de gestão, otimização e diferenciação. • Reconhecer o <i>merchandising</i> como uma ferramenta indispensável para “comunicar” com o cliente no ponto de venda. • Compreender e explicar a relação do ciclo de vida do produto com as técnicas de merchandising • Distinguir o <i>merchandising</i> do produtor e o <i>merchandising</i> do distribuidor e perceber os objetivos de cada um deles. • Compreender a importância do <i>merchandising</i> na comunicação com cliente. • Explicar a influência do <i>merchandising</i> na tomada de decisão do cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumpre prazos e procedimentos formais nos seus trabalhos escritos e orais; - Critica fundamentadamente; - Cooperar e revela criatividade nos seus trabalhos. - Aplica a novas situações conhecimentos anteriormente adquiridos; 		

<p>M3 – Técnicas de Merchandising</p> <p>Compreender a dinâmica do espaço de venda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perceber a relação do negócio com o espaço de venda. • Explicar os princípios de conceção e desenvolvimento de secções. • Compreender e aplicar os princípios e regras de implantação do espaço. • Reconhecer a importância da escolha da gama. • Conhecer a rentabilidade e taxa de manutenção da gama de uma loja. • Distinguir potenciais produtos ou linha de produtos na composição da gama. • Compreender o conceito de linear. • Distinguir tipos e níveis de linear. • Compreender a importância da gestão e do controlo dos lineares para a otimização do ponto de venda. • Reconhecer e identificar os princípios de otimização de linear. • Compreender o conceito, evolução e tendências do <i>e-merchandising</i>. • Adquirir práticas e técnicas de <i>merchandising</i>. 			
---	--	--	--

Área das Aprendizagens Transversais

Indicadores de aprendizagem	Instrumentos de avaliação	Fator de Ponderação
<ul style="list-style-type: none"> • Cumprimento dos deveres e regras estabelecidas • Participação e cooperação nas atividades de aula • Autonomia e Organização • Progressão 	<p>Registos de observação</p> <p>Listas de verificação</p>	<p>10%</p>