

Curso Profissional: Técnico de Comércio

**Gestão Anual do programa do 11º Ano da disciplina de Comercializar e Vender  
Ano Letivo 2017-2018**

	1º PERÍODO	2º PERÍODO	3º PERÍODO
INÍCIO	13 de setembro de 2017	3 de janeiro de 2018	9 de abril de 2018
FINAL	15 de dezembro de 2017	6 de fevereiro de 2018	22 de junho 2018
INTERRUPÇÕES	18 de dezembro de 2017 a 02 de janeiro de 2018	12 a 14 fevereiro; 26 de março a 6 abril 2018	
AULAS PREVISTAS	58	95	95

	Unidades / conteúdos programáticos	Aulas
1º Período	<p align="center"><b>Módulo 5 – <u>Gestão Estratégica</u></b></p> <p><b>Estratégia e Gestão estratégica: Introdução e definições</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planeamento</li> <li>- Estratégia</li> <li>- Planeamento estratégico e operacional</li> <li>- Visão</li> <li>- Missão</li> <li>- Objetivos</li> </ul> <p><b>Diagnóstico da situação</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Análise externa</li> <li>- Análise interna</li> <li>- Análise SWOT</li> </ul> <p><b>Estratégias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opções estratégicas a nível da empresa</li> <li>- Opções estratégicas a nível operacional</li> <li>- Escolha da estratégia de negócio</li> <li>- Implementação e controle</li> </ul> <p><b>Conclusão do módulo 5 - 12 de outubro de 2017</b></p>	38
	<p align="center"><b>Módulo 6 – <u>Segmentação e Planeamento</u></b></p> <p><b>Segmentação</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Noção</li> <li>- Utilidade e processo de segmentação</li> <li>- Critérios de segmentação</li> <li>- Escolha e definição dos critérios de segmentação</li> <li>- Métodos de segmentação de mercado</li> </ul>	23 de 43

<p><b>2.º Período</b></p>	<p><b>Posicionamento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Noção</li> <li>- A importância e razão do posicionamento</li> <li>- As dimensões do posicionamento</li> <li>- As características distintas</li> <li>- A diferenciação</li> <li>- As qualidades de um posicionamento eficaz</li> </ul> <p><b>Conclusão do módulo 6 – 16 de novembro de 2017</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Módulo 7 – Técnicas de Vendas</b></p> <p><b>Conceito de Venda</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Noção</li> <li>- O papel e a importância da venda</li> <li>- Os instrumentos de venda</li> </ul> <p><b>O processo de venda</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A importância da venda</li> <li>- Os instrumentos de venda</li> </ul> <p><b>O processo de venda</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A importância das fases do processo de venda</li> <li>- As fases do processo</li> </ul>	<p style="text-align: right;"><b>20 de 43</b></p> <p style="text-align: right;"><b>33 de 43</b></p>
<p><b>2.º Período</b></p>	<p><b>Vendedor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Noção</li> <li>- O papel do indivíduo como vendedor</li> <li>- Atitude do vendedor</li> </ul> <p><b>Conclusão do módulo 7 – 10 de janeiro de 2017</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Módulo 8 – Atendimento e Venda</b></p> <p><b>Atendimento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- As primeiras impressões</li> <li>- Perspetiva proactiva</li> <li>- Competências do atendedor</li> <li>- Empatia</li> <li>- O cliente</li> </ul> <p><b>Qualidade de atendimento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Princípios</li> <li>- Etapas do atendimento eficaz</li> </ul> <p><b>Processo de comunicação</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Enviar e receber mensagens</li> <li>- Obstáculos à comunicação</li> <li>- Atitudes individuais</li> <li>- Assertividade</li> <li>- Escuta ativa</li> </ul> <p><b>Gestão de situações difíceis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conflitos</li> <li>- Tratamento de objeções</li> <li>- Reclamações</li> </ul> <p><b>Conclusão do módulo 8 – 12 de abril de 2018</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Módulo 9 – Técnicas de Negociação e Argumentação</b></p>	<p style="text-align: right;"><b>10 de 43</b></p> <p style="text-align: right;"><b>43</b></p>

<p><b>3.º Período</b></p>	<p><b>Preparação</b>  - Estudo  - Recolha de informação  - Planeamento</p> <p><b>Contacto</b>  - Apresentação  - Abordagem</p> <p><b>Conhecimento</b>  - Perguntar  - Escuta  - Apresentação de benefícios</p> <p><b>Convencer</b>  - Argumentação  - Rebater objeções  - Responder questões  - Apresentar soluções  - Alterar hábitos</p> <p><b>Conclusão</b>  - Síntese  - Fecho  - Despedida  Serviço pós-venda</p> <p><b>Conclusão do módulo 9 – 22 de maio de 2018</b></p>	<p>43</p>
<p><b>3º Período</b></p>	<p><b>Módulo 10 – Localização e Urbanismo Comercial</b></p> <p><b>A cidade</b>  - Análise e classificação dos centros urbanos e centros de cidade</p> <p><b>A organização da cidade</b>  - Zona Comercial (tradicional)  - Zona Comercial (grande distribuição)  - Zona Industrial Zona de serviços  - Zona residencial Zona de lazer</p> <p><b>Transportes e circulação</b></p> <p><b>Construção</b>  - Concentração espacial  - Preços do solo</p> <p><b>As novas cidades</b></p> <p><b>A importância da localização comercial</b>  - Os fundamentos teóricos da localização  - Área de influência  - Escolha da localização  - Fatores que determinam a escolha da localização</p> <p><b>Conclusão do módulo 10 - 22 de junho de 2018</b></p>	<p>38</p>

- A avaliação é feita de acordo com os critérios de avaliação aprovados em Conselho Pedagógico
- Por “conteúdos programáticos” não se entende apenas a lecionação das rubricas ou matérias definidas no programa da disciplina de **Comercializar e Vender**, mas também os tempos para a concretização de trabalho experimental, atividade privilegiada no desenvolvimento de aprendizagens e competências.