



REFERENCIAL DE FORMAÇÃO

Organização em Unidades Capitalizáveis



Área de Formação

341. Comércio

Itinerário de Formação

34101. Práticas Técnico-Comerciais

Saída Profissional

Designação: Empregado/a Comercial

Nível de Qualificação: 2

Modalidade de Formação

Cursos de Educação e Formação

As condições de acesso variam de acordo com o definido para cada tipologia de percurso.

Observações



Índice

1. Perfil de Saída	3
2. Matriz Curricular	4
3. Metodologias de Formação	5
4. Desenvolvimento da Formação	6
4.1. Unidades de Formação Capitalizáveis	
• 1 – <i>Stocks e merchandising</i>	7
• 2 – Técnicas de atendimento	9
• 3 – Serviço pós-venda	12
• 4 – Procedimentos administrativos no contexto comercial	14



1. PERFIL DE SAÍDA

Descrição Geral

O/A **Empregado/a Comercial** é o/a profissional que executa tarefas relacionadas com a venda de produtos e/ou serviços, em estabelecimentos comerciais, de acordo com os procedimentos pré-estabelecidos, tendo em vista a satisfação dos clientes.

Actividades Principais

- Participar no controlo quantitativo e qualitativo de produtos, e proceder à sua armazenagem no estabelecimento comercial.
- Arrumar o espaço de venda, expondo e repondo os produtos/informação, e mantendo as condições ambientais adequadas, de acordo com critérios pré-estabelecidos.
- Acolher clientes, diagnosticar as suas necessidades, indicar a localização dos produtos/serviços comercializados no ponto de venda, apresentar os mesmos tendo em conta as suas características, condições de venda e serviços pós-venda.
- Processar a venda de produtos/serviços, calculando o valor da venda, cobrando a despesa ao cliente e zelando pelo seu acondicionamento/transporte.
- Receber e tratar/encaminhar reclamações, bem como outras situações posteriores à venda, actuando de acordo com critérios pré-estabelecidos.
- Executar operações de controlo de caixa - abertura e fecho.
- Cumprir os procedimentos administrativos referentes à actividade comercial.



2. MATRIZ CURRICULAR

Organização em Unidades de Formação Capitalizáveis (UC)

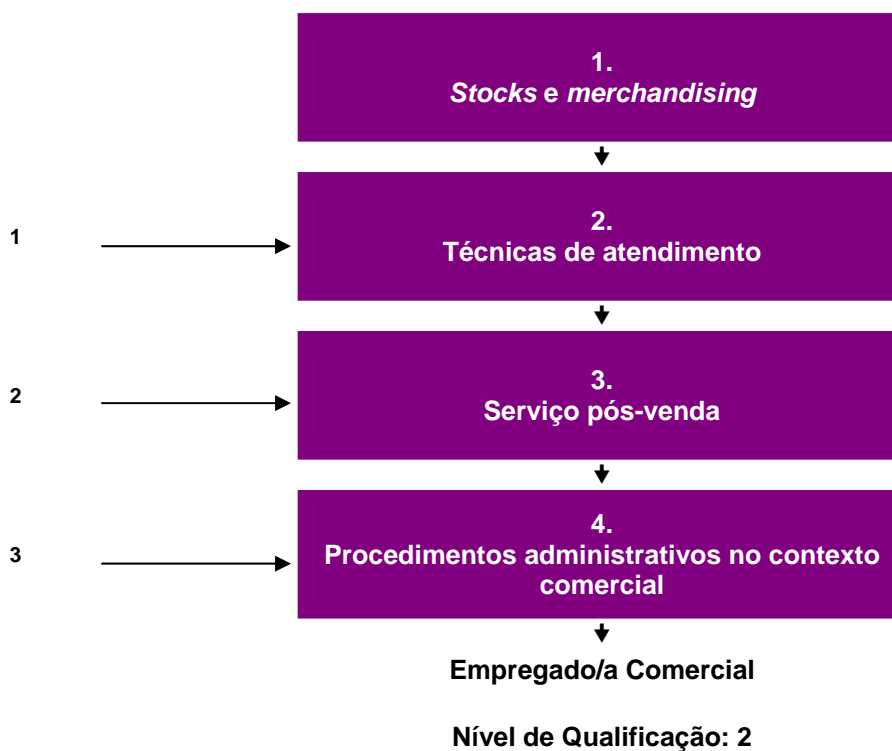
Código SGFOR (válido para o IEFP)	UNIDADES CAPITALIZÁVEIS	
3410110	1. <i>Stocks e merchandising</i>	225 horas
3410120	2. Técnicas de atendimento	240 horas
3410130	3. Serviço pós-venda	150 horas
3410140	4. Procedimentos administrativos no contexto comercial	225 horas
	TOTAL	840 horas

A esta carga horária total acrescem, em função da modalidade de desenvolvimento, as cargas horárias relativas às componentes de formação **sociocultural, científica e prática em contexto real de trabalho**.

Percurso Formativo

PRECEDÊNCIAS
(A considerar no traçado de percursos formativos alternativos)

ITINERÁRIO DE QUALIFICAÇÃO
(Percurso formativo recomendado)





3. METODOLOGIAS DE FORMAÇÃO

A organização da formação com base num modelo flexível, como o dos percursos formativos assentes em unidades capitalizáveis visa facilitar o acesso dos indivíduos a diferentes percursos de aprendizagem, bem como a mobilidade entre níveis de qualificação. Esta organização favorece o reingresso, em diferentes momentos, no ciclo de aprendizagem e a assunção por parte de cada cidadão de um papel mais activo e de relevo na edificação do seu percurso formativo, tornando-o mais compatível com as necessidades que em cada momento são exigidas por um mercado de trabalho em permanente mutação e, por esta via, mais favorável à elevação dos níveis de eficiência e de equidade dos sistemas de educação e formação.

A nova responsabilidade que se exige a cada indivíduo na construção e gestão do seu próprio percurso impõe, também, novas atitudes e competências para que este exercício se faça de forma mais sustentada e autónoma.

As práticas formativas devem, neste contexto, conduzir ao desenvolvimento de competências profissionais, mas também pessoais e sociais, designadamente, através de métodos participativos que posicionem os formandos no centro do processo de ensino-aprendizagem e fomentem a motivação para continuar a aprender ao longo da vida.

Devem, neste âmbito, ser privilegiados os métodos activos, que reforcem o envolvimento dos formandos, a auto-reflexão sobre o seu processo de aprendizagem, a partir da partilha de pontos de vista e de experiências no grupo, e a co-responsabilização na avaliação do processo de aprendizagem. A dinamização de actividades didácticas baseadas em demonstrações directas ou indirectas, tarefas de pesquisa, exploração e tratamento de informação, resolução de problemas concretos e dinâmica de grupos afiguram-se, neste quadro, especialmente, aconselháveis.

A selecção dos métodos, técnicas e recursos técnico-pedagógicos deve ser efectuada tendo em vista os objectivos de formação e as características do grupo em formação e de cada formando em particular. Devem, por isso, diversificar-se os métodos e técnicas pedagógicos, assim como os contextos de formação, com vista a uma maior adaptação a diferentes ritmos e estilos de aprendizagem individuais, bem como a uma melhor preparação para a complexidade dos contextos reais de trabalho. Esta diversificação de meios constitui um importante factor de sucesso nas aprendizagens.

Revela-se, ainda, de crucial importância o reforço da articulação entre as diferentes componentes de formação, designadamente, através do tratamento das diversas matérias de forma interdisciplinar e da realização de trabalhos de projecto com carácter integrador, em particular nas formações de maior duração, que contribuam para o desenvolvimento e a consolidação de competências que habilitem o futuro profissional a agir consciente e eficazmente em situações concretas e com graus de complexidade diferenciados. Esta articulação exige que o trabalho da equipa formativa se faça de forma concertada, garantindo que as aprendizagens se processam de forma integrada.

É também este contexto de trabalho em equipa que favorece a identificação de dificuldades de aprendizagem e das causas que as determinam e que permite que, em tempo, se adoptem estratégias de recuperação adequadas, que potenciem as condições para a obtenção de resultados positivos por parte dos formandos que apresentam estas dificuldades.

A equipa formativa assume, assim, um papel fundamentalmente orientador e facilitador das aprendizagens, através de abordagens menos directivas, traduzido numa intervenção pedagógica diferenciada no apoio e no acompanhamento da progressão de cada formando e do grupo em que se integra.



4. DESENVOLVIMENTO DA FORMAÇÃO

Unidades de Formação Capitalizáveis

1. **Stocks e merchandising**

- 1.1 Aprovisionamento
- 1.2 Armazenagem de mercadorias
- 1.3 Técnicas de *merchandising*
- 1.4 Higiene e segurança no trabalho aplicadas aos espaços comerciais

225 horas

60

75

60

30

2. **Técnicas de atendimento**

- 2.1 Comunicação interpessoal
- 2.2 Atendimento
- 2.3 Atendimento telefónico
- 2.4 Língua inglesa - atendimento

240 horas

60

75

45

60

3. **Serviço pós-venda**

- 3.1 Fidelização de clientes
- 3.2 Garantias, apoios e serviços
- 3.3 Reclamações - tratamento e encaminhamento
- 3.4 Língua inglesa - atendimento no serviço pós-venda

150 horas

30

30

60

30

4. **Procedimentos administrativos no contexto comercial**

- 4.1 Sistema de organização comercial - princípios funcionais
- 4.2 Documentação comercial
- 4.3 Organização e manutenção do arquivo
- 4.4 Tecnologias de informação e comunicação aplicadas às práticas comerciais

225 horas

45

45

45

90



Unidade de Formação

1. *Stocks e merchandising*Itinerário
Práticas Técnico-ComerciaisSaída Profissional
Empregado/a Comercial

Objectivos

- Identificar os fundamentos da gestão de *stocks*.
- Aplicar as técnicas subjacentes à gestão de um armazém, tendo em conta os procedimentos do processo de armazenagem.
- Aplicar as técnicas e os fundamentos do *merchandising* de forma a otimizar a actividade do espaço comercial.
- Identificar os princípios elementares da Higiene e Segurança no Trabalho aplicados aos espaços comerciais.

Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
1.1. 60 horas	Aprovisionamento Caracterizar a política de gestão de <i>stocks</i> e actuar em conformidade	Gestão de <i>stocks</i> <ul style="list-style-type: none">• Noções• Tipos• Controlo de <i>stocks</i>• Base de dados dos fornecedores• A encomenda articulada com a gestão de <i>stocks</i>• <i>Stocks</i> de segurança• Custos de <i>stocks</i>
1.2. 75 horas	Armazenagem de mercadorias Enumerar os princípios fundamentais da gestão de um armazém. Enunciar todos os aspectos envolvidos na recepção, aprovisionamento e acondicionamento dos diferentes tipos de produtos	Princípios da gestão de armazém <ul style="list-style-type: none">• Instalações de armazenagem• Equipamento de armazenagem• Organização do espaço, do artigo e dos documentos• Aspectos logísticos de um pequeno armazém Armazenagem <ul style="list-style-type: none">• Quando e como encomendar• Stock mínimo de segurança• Recepção de mercadorias e sua conferência• Controlo de entradas e saídas
1.3. 60 horas	Técnicas de <i>merchandising</i> Diagnosticar e conhecer os diferentes factores que intervêm na optimização de um espaço comercial	Espaço <ul style="list-style-type: none">• Técnicas de reposição• Organização do espaço de venda<ul style="list-style-type: none">- Lineares- Góndolas- Ilhas- Espaços quentes e espaços frios no ponto de venda- Secções- Famílias- Maximização do m² no linear- Maximização da frente do linear- Número de frentes por produto- Exposição vertical e horizontal



Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
1.3.	Aplicar as técnicas de promoção do produto	Embalagem e promoção dos produtos <ul style="list-style-type: none">• Importância da embalagem e imagem do linear• Importância do design e da cor• Impacto visual• Etiquetagem• Simbologia promocional no linear• Promoção e descontos• Vales e brindes
1.4. 30 horas	Higiene e segurança no trabalho aplicadas aos espaços comerciais Identificar os aspectos relacionados com a Higiene e Segurança no Trabalho, tendo em conta a sua adaptação às especificidades dos espaços comerciais	Higiene e segurança no trabalho aplicadas aos espaços comerciais <ul style="list-style-type: none">• Integração da temática da Higiene e Segurança no Trabalho na gestão dos espaços comerciais<ul style="list-style-type: none">- Acidentes de trabalho - classificação e procedimentos- Principais riscos profissionais- Medidas de prevenção- Sinalização- Noções de ergonomia- Legislação



Unidade de Formação

2. Técnicas de atendimento

Itinerário
Práticas Técnico-Comerciais

Saída Profissional
Empregado/a Comercial

Objectivos

- Comunicar eficiente e eficazmente com os interlocutores.
- Proceder ao atendimento presencial e telefónico, tendo em conta as suas diferentes fases.
- Desenvolver a verbalização com vista a otimizar a comunicação telefónica.
- Efectuar um atendimento personalizado com base num diagnóstico de necessidades.
- Atender clientes em língua inglesa.

Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
2.1. 60 horas	Comunicação interpessoal Identificar e caracterizar os elementos intervenientes no processo de comunicação e os diferentes perfis comunicacionais	Processo de comunicação e perfis comunicacionais <ul style="list-style-type: none">• Função e importância dos elementos que intervêm no processo de comunicação<ul style="list-style-type: none">- Emissor / Receptor- Canal- Mensagem / código- Contexto- <i>Feedback</i>• Diferentes perfis comunicacionais<ul style="list-style-type: none">- Passivo- Agressivo- Manipulador- Assertivo
	Desenvolver a comunicação assertiva	Comunicação assertiva <ul style="list-style-type: none">• Particularidades e vantagens do perfil assertivo• Empatia<ul style="list-style-type: none">- Escuta activa / escuta dinâmica<ul style="list-style-type: none">. Conceito de contexto comum- Semântica / sintaxe- Paralinguagem
	Identificar e transpor as barreiras que surgem nas diferentes fases do processo de comunicação	Barreiras à comunicação <ul style="list-style-type: none">• Barreiras gerais do processo de comunicação<ul style="list-style-type: none">- Barreiras internas<ul style="list-style-type: none">. Objectivas. Subjectivas- Barreiras externas• Barreiras típicas das diferentes fases do processo de comunicação<ul style="list-style-type: none">- Construção, adaptação, envio, recepção e interpretação da mensagem
	Realizar os diversos tipos de processamento interno da informação	Processamento interno da informação <ul style="list-style-type: none">• Processamento fonético• Processamento literal (significado)• Processamento reflexivo (empático)



Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
2.1.	Comunicação interpessoal Aplicar os diferentes tipos de perguntas no processo de comunicação	Tipos de perguntas no processo de comunicação <ul style="list-style-type: none">• Abertas• Fechadas• Retorno• Reformulação
2.2.	75 horas Enumerar e caracterizar as principais qualidades de um atendedor profissional, reconhecendo a sua relevância no desempenho da função	Perfil e funções do atendedor <ul style="list-style-type: none">• Características / qualidades de um atendedor<ul style="list-style-type: none">- Atitude positiva / auto-estima- Saber-saber, saber-estar e saber-fazer- Querer - poder – agir- Simpatia- Disponibilidade- Flexibilidade- Assertividade- Conhecimento<ul style="list-style-type: none">. Da empresa (cultura, procedimentos, produtos / serviços). Das técnicas do atendimento
		Atendimento - conceitos gerais <ul style="list-style-type: none">• Atendimento / venda• Atitude / comportamento
		Diagnóstico de necessidades <ul style="list-style-type: none">• Origem das motivações / necessidades• Análise prévia do perfil de cliente• Estrutura de um guião de “perguntas tipo”
		Etapas do processo de atendimento <ul style="list-style-type: none">• Abordagem inicial• Prestação do serviço• Despedida• Operações de caixa
2.3	45 horas Organizar o processo de atendimento telefónico, tendo em conta as suas principais etapas e regras	Etapas e regras do atendimento telefónico <ul style="list-style-type: none">• Etapas do atendimento telefónico<ul style="list-style-type: none">- Guião de apoio ao Operador- Abordagem inicial- Prestação do Serviço / reencaminhamento- Despedida• Regras elementares do comportamento no atendimento telefónico
		Comunicação telefónica <ul style="list-style-type: none">• Linguagem adequada à comunicação telefónica• Comunicação verbal (a forma)<ul style="list-style-type: none">- Articulação- Fluência- Modulação (volume, ritmo e tom)



Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
2.4 60 horas	Língua inglesa – atendimento Adquirir e aplicar vocabulário específico da língua inglesa, na comunicação verbal com clientes estrangeiros, no processo de atendimento	Língua inglesa aplicada ao atendimento <ul style="list-style-type: none">• Linguagem básica aplicada às diferentes fases do atendimento• Expressões idiomáticas



Unidade de Formação

3. Serviço pós-venda

Itinerário
Práticas Técnico-Comerciais

Saída Profissional
Empregado/a Comercial

Objectivos

- Identificar os princípios, valores, normas e procedimentos que regulam o serviço pós-venda.
- Resolver/reencaminhar situações de reclamação de forma a satisfazer e fidelizar os clientes.
- Atender clientes no serviço pós-venda em língua inglesa.

Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
3.1. 30 horas	Fidelização de clientes Reconhecer a importância da estratégia de fidelização da empresa, com vista ao estabelecimento de uma relação de parceria com os clientes	Fidelização de clientes <ul style="list-style-type: none">• Princípios e valores gerais da empresa<ul style="list-style-type: none">- A importância da satisfação dos clientes- Tipologia de clientes<ul style="list-style-type: none">. Relação / informação- O efeito multiplicador da perda de um cliente- Qualidade dos produtos / Qualidade do serviço prestado
3.2 30 horas	Garantias, apoios e serviços pós-venda Identificar as normas e procedimentos do serviço pós-venda, com o objectivo de proporcionar aos clientes um serviço de qualidade	Garantias, apoios e serviços pós-venda <ul style="list-style-type: none">• Normas e procedimentos da empresa no que concerne às garantias, apoios e serviços<ul style="list-style-type: none">- Legislação comercial<ul style="list-style-type: none">. Deveres e direitos do consumidor- Instrumentos de aferição da satisfação do cliente- Ferramentas de gestão de reclamações
3.3 60 horas	Reclamações - tratamento e encaminhamento Desenvolver a comunicação assertiva no contexto da gestão de reclamações	Comunicação assertiva <ul style="list-style-type: none">• Comportamento assertivo como resposta às situações de reclamação<ul style="list-style-type: none">- O perigo iminente do conflito e as suas repercussões- As atitudes na gestão de conflitos - fuga, acomodação, rivalidade, cooperação e compromisso- As vantagens das atitudes de cooperação / compromisso
	Tratar ou encaminhar situações de reclamação, através de uma auto e hetero-gestão das emoções com vista à satisfação dos clientes	Tratamento e encaminhamento <ul style="list-style-type: none">• Significado de uma reclamação para a empresa• Etapas do Tratamento das Reclamações<ul style="list-style-type: none">- Lidar com as emoções dos clientes- Lidar com as nossas emoções- Resolver ou reencaminhar as situações• Linguagem adequada às reclamações



Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
3.4 30 horas	Língua inglesa - atendimento no serviço pós-venda Adquirir e aplicar vocabulário específico da língua inglesa, na comunicação verbal com clientes estrangeiros, no serviço pós-venda	Língua inglesa aplicada ao atendimento no serviço pós-venda <ul style="list-style-type: none">• Linguagem básica aplicada às diferentes fases da gestão de reclamações• Expressões idiomáticas



Unidade de Formação

4. Procedimentos administrativos no contexto comercial

Itinerário
Práticas Técnico-Comerciais

Saída Profissional
Empregado/a Comercial

Objectivos

- Enunciar os princípios e os procedimentos administrativos da actividade comercial.
- Reconhecer a importância do arquivo enquanto suporte da actividade comercial, bem como contribuir para a eficácia e manutenção do mesmo.
- Operar as tecnologias de informação e comunicação no contexto administrativo da actividade comercial.

Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
4.1. 45 horas	Sistema de organização comercial - princípios funcionais Identificar e caracterizar os diferentes tipos de empresa comercial e o seu funcionamento	Sistema de organização comercial - princípios funcionais <ul style="list-style-type: none">• Tipologias de empresas comerciais<ul style="list-style-type: none">- Caracterização• Funcionamento de uma empresa comercial<ul style="list-style-type: none">- Circuitos formais- Circuitos informais- Objectivos
4.2 45 horas	Documentação comercial Preencher os documentos de acordo com as diferentes fases da actividade comercial, identificando as normas elementares do circuito da correspondência numa empresa	Documentação comercial <ul style="list-style-type: none">• Documentos da actividade comercial• Circuito da correspondência<ul style="list-style-type: none">- Recepção- Abertura / registo- Distribuição- Expedição
4.3 45 horas	Organização e manutenção do arquivo Descrever as funções e os requisitos da gestão de arquivo	Organização e manutenção de arquivo <ul style="list-style-type: none">• Técnicas de arquivo<ul style="list-style-type: none">- Conceito- Funções- Requisitos- Caracterização- Critérios de classificação e arquivo- Principais regras do arquivo informático



Subunidades de Formação		Conteúdos programáticos
N.º / Duração	Designação / Objectivos Específicos	
4.4. 90 horas	Tecnologias de informação e comunicação aplicadas às práticas comerciais Executar tarefas com o <i>software</i> tipo da actividade comercial	Software aplicado à actividade comercial <ul style="list-style-type: none">• <i>Software</i> tipo da actividade comercial
	Utilizar a telemática na óptica do utilizador no ponto de venda, assim como operar com os sistemas de protecção de bens	Equipamentos e sistemas aplicados à actividade comercial <ul style="list-style-type: none">• Equipamentos e aplicações mais frequentes no ponto de venda<ul style="list-style-type: none">- Pagamentos electrónicos- Leitura e gestão por código de barras- Sistemas de protecção de produtos- Outros• Sistemas anti-roubo