**CURSOS DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO | 341RA109 - Técnico/a de Vendas e Marketing | CICLO FORMATIVO 2026/2029**
**DISCIPLINA: Estratégia de Marketing e Gestão de Negócio**

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | NÍVEIS DE DESEMPENHO | | | | PROCESSOS DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO (TÉCNICAS E INSTRUMENTOS[1]) |
|---|---|---|---|---|---|
| | Nível 1 | Nível 2 | Nível 3 | Nível 4 | |
| | DESCRITORES DE DESEMPENHO | | | | |
| **CONHECIMENTO** | - Pesquisa, seleciona e analisa criticamente informação, proveniente de diversas fontes, de uma forma sistemática, fazendo sempre o seu cruzamento.<br>- Adquire saberes, aplica e mobiliza aprendizagens em contextos diferenciados.<br>- Toma decisões, de forma sistemática, com vista à resolução de problemas.<br>- Utiliza sempre recursos técnicos e/ou tecnológicos adequados às diferentes situações. | - Pesquisa, seleciona e analisa criticamente informação, proveniente de diversas fontes, de forma frequente, fazendo o seu cruzamento.<br>- Adquire saberes, aplica e mobiliza frequentemente aprendizagens em contextos diferenciados.<br>- Toma decisões, de forma frequente, com vista à resolução de problemas.<br>- Utiliza frequentemente recursos técnicos e/ou tecnológicos adequados às diferentes situações. | - Pesquisa, seleciona e analisa criticamente informação, proveniente de diversas fontes, de forma esporádica, fazendo o seu cruzamento.<br>- Adquire e aplica saberes, mas nem sempre mobiliza aprendizagens em contextos diferenciados.<br>- Toma decisões, de forma esporádica, com vista à resolução de problemas.<br>- Utiliza com pouca frequência recursos técnicos e/ou tecnológicos adequados às diferentes situações. | - Pesquisa, seleciona e analisa criticamente informação, proveniente de diversas fontes, com dificuldade, não fazendo o seu cruzamento.<br>- Raramente adquire e aplica saberes.<br>- Raramente toma decisões, com vista à resolução de problemas.<br>- Raramente utiliza recursos técnicos e/ou tecnológicos adequados às diferentes situações. | |
| **COMUNICAÇÃO** | - Exprime-se sempre com rigor, clareza e correção nas diferentes linguagens (científica, técnica, tecnológica, artística).<br>- Argumenta sistematicamente de forma coerente e cientificamente fundamentada, com vista à tomada de posição. | - Exprime-se frequentemente com rigor, clareza e correção nas diferentes linguagens (científica, técnica, tecnológica, artística).<br>- Argumenta frequentemente de forma coerente e cientificamente fundamentada, com vista à tomada de posição. | - Exprime-se algumas vezes com rigor, clareza e correção nas diferentes linguagens (científica, técnica, tecnológica, artística).<br>- Argumenta esporadicamente de forma coerente e cientificamente, com vista à tomada de posição. | - Exprime-se de forma pouco clara, comprometendo a inteligibilidade da mensagem.<br>- Raramente argumenta de forma coerente, nem cientificamente fundamentada, com vista à tomada de posição. | |
| **PARTICIPAÇÃO E COLABORAÇÃO** | - Demonstra bastante autonomia e sentido de responsabilidade, na realização de tarefas.<br>- Envolve-se sempre nas tarefas de sala de aula, de forma construtiva.<br>- Contribui sistematicamente para o desenvolvimento do trabalho de grupo, sugerindo e articulando todas as ideias e/ou propostas.<br>- Evidencia mecanismos de autorregulação, de uma forma sistemática. | - Demonstra autonomia e sentido de responsabilidade, na realização de tarefas.<br>- Envolve-se frequentemente nas tarefas de sala de aula, de forma construtiva.<br>- Contribui com frequência para o desenvolvimento do trabalho de grupo, sugerindo e articulando todas as ideias e/ou propostas.<br>- Evidencia mecanismos de autorregulação, com frequência. | - Demonstra pouca autonomia e sentido de responsabilidade, na realização de tarefas.<br>- Envolve-se com pouca frequência nas tarefas de sala de aula, de forma construtiva.<br>- Contribui esporadicamente para o desenvolvimento do trabalho de grupo, sugerindo e articulando todas as ideias e/ou propostas.<br>-Evidencia mecanismos de autorregulação, de forma esporádica. | - Raramente demonstra autonomia, nem sentido de responsabilidade, na realização de tarefas.<br>- Raramente se envolve nas tarefas de sala de aula, de forma construtiva.<br>- Raramente contribui para o desenvolvimento do trabalho de grupo.<br>- Raramente evidencia mecanismos de autorregulação. | |

[1] - Cada professor deve utilizar, pelo menos, duas técnicas diferentes para classificar os alunos. As técnicas e os instrumentos utilizados para a recolha de informação são da responsabilidade de cada professor e devem ser selecionados de acordo com as características de cada grupo turma e cada aluno (Decreto-Lei nº 54/2018). Deve ser fornecido feedback de qualidade aos alunos, proporcionando-lhes a melhoria das aprendizagens, antes do processo de classificação.

**CURSOS DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO | 341RA109 - Técnico/a de Vendas e Marketing | CICLO FORMATIVO 2026/2029**
**DISCIPLINA: Estratégia de Marketing e Gestão de Negócio**

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC01155 | Prestar informação sobre o setor do comércio e serviços | 25 / 30 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Analisar a informação requerida acerca do setor do comércio e serviços.
Informar e esclarecer o cliente sobre o setor do comércio e serviços.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[2]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[3] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Setor do comércio e serviços - antecedentes históricos.<br>Influência socioeconómica do setor.<br>Tipos de atividades do setor do comércio e serviços – caraterização (grosso e retalho - independente, associado e integrado), classificação (tipos de formatos de comércio).<br>Novas tendências do setor do comércio e serviços - novos produtos e serviços.<br>Estratégias de produtos e serviços.<br>Fatores críticos de sucesso do setor do comércio e serviços em Portugal.<br>Comunicação e relacionamento interpessoal.<br>Organismos internacionais do setor do comércio e serviços.<br>Organismos nacionais e locais do setor do comércio e serviços.<br>Definição, caraterísticas e classificação do setor do comércio e serviços (setor alimentar e não alimentar).<br>Organização e divisão funcional do setor do comércio e serviços - receção de mercadoria, armazenamento, transformação, exposição/reposição, venda e pós-venda.<br>Legislação da atividade.<br>Normas de segurança e saúde no trabalho. | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e procedimentos. |

- **Inquérito**:
  -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[2] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.
[3] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar a evolução e a influência socioeconómica do setor do comércio e serviços.<br>Enumerar as novas tendências do setor do comércio e serviços.<br>Descrever o setor do comércio e serviços a nível nacional e internacional.<br>Utilizar técnicas de comunicação verbal e não verbal assertiva.<br>Aplicar técnicas de interação orais e escritas.<br>Informar acerca dos organismos nacionais e internacionais do setor do comércio e serviços<br>Informar acerca da função das diferentes entidades nacionais, regionais e locais relacionadas com o setor do comércio e serviços.<br>Diferenciar a estrutura, organização e divisão funcional dos estabelecimentos do setor do comércio e serviços.<br>Distinguir a organização funcional do setor do comércio e serviços.<br>Informar sobre as diferentes atividades do setor do comércio e serviços.<br>Interpretar legislação relativa ao setor do comércio e serviços.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional.<br>Proatividade.<br>Sentido crítico.<br>Empatia.<br>Escuta ativa.<br>Respeito pela diferença.<br>Cooperação com a equipa.<br>Assertividade na comunicação.<br>Respeito pelas regras e normas definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC00275 | Planear e realizar estudos de mercado | 50 / 60 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Colaborar no planeamento dos estudos de mercado a realizar.
Tratar e analisar dados sobre público-alvo e concorrência.
Colaborar na elaboração do relatório com as conclusões do estudo de mercado.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[4]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[5] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Mercado - estudo e análise.<br>Tipologia de estudos de mercado - descritivos, exploratórios, causais, de segmentação de mercado, de tendências de mercado, aceitação de produto, de preço e de elasticidade da procura, de concorrência, de comportamento do consumidor, de satisfação dos clientes, de posicionamento da marca, de penetração no mercado, de imagem da marca, de eficácia das campanhas de marketing.<br>Segmentação de mercado.<br>Etapas de segmentação de mercado - escolha dos critérios de segmentação de mercado, descrição das características de cada segmento, escolha de um ou mais segmentos, política de marketing para cada segmento.<br>Critérios de segmentação.<br>Conceito de persona.<br>Metodologias de estudos de mercado.<br>Planeamento de estudos de mercado - definição de objetivos, escolha da metodologia a utilizar, escolha dos instrumentos de análise, tratamento da informação recolhida, sistematização da informação recolhida, conclusões.<br>Técnicas e instrumentos de recolha e tratamento de dados em estudos de | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e procedimentos. |

- **Inquérito**:
  - -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - - Entrevistas;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - - Grelha de observações orais;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - - Portefólios;
  - - Relatórios de atividades;
  - - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - - Trabalhos escritos;
  - - Cadernos diários;
  - - Reflexões críticas;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - - Questionamento oral;
  - - Fichas de trabalho;
  - - Quizzes;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[4] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.

[5] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | mercado: questionários, entrevistas, focus groups, análise de conteúdo, análise de dados quantitativos.<br>Normas e regulamentos de proteção de dados e privacidade.<br>Técnicas e instrumentos de análise de dados quantitativos e qualitativos.<br>Softwares de tratamento e análise de dados.<br>Eixos e benefícios do posicionamento.<br>Comportamento do consumidor.<br>Sistema informático para realização e apresentação do relatório.<br>Normas de qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar os fatores críticos dos estudos de mercado.<br>Interpretar documentação técnica sobre os produtos e serviço.<br>Identificar os diferentes tipos de estudos de mercado.<br>Identificar as fases de planeamento de estudos de mercado.<br>Selecionar metodologias de estudos de mercado.<br>Selecionar e aplicar técnicas de planeamento de estudos de mercado.<br>Aplicar técnicas de análise qualitativa e quantitativa de dados.<br>Interpretar e analisar dados relativamente a grupos-alvo.<br>Interpretar e analisar dados relativamente à concorrência.<br>Utilizar as funcionalidades do sistema de informação.<br>Identificar as técnicas de segmentação de mercado.<br>Identificar os principais eixos e benefícios do posicionamento.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Iniciativa e proatividade.<br>Escuta ativa.<br>Sentido crítico.<br>Cooperação com a equipa.<br>Sentido de organização.<br>Empatia.<br>Autoconfiança.<br>Empenho e persistência na Resolução de problemas.<br>Respeito pelas normas e regras definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC02724 | Conceber e implementar o plano de marketing | 50 / 60 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Colaborar na análise do contexto de partida.
Colaborar no desenvolvimento do plano de marketing.
Colaborar na definição das estratégias de marketing a implementar pela empresa.
Colaborar na implementação das estratégias de marketing.
Colaborar na implementação de estratégias de marketing baseadas em inteligência artificial.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[6]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[7] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos 30 % | Marketing – conceito.<br>Marketing estratégico e marketing operacional.<br>Função do marketing na estrutura organizacional.<br>Análise de mercado - situação económica, contexto nacional e internacional.<br>Análise da concorrência.<br>Análise SWOT - pontos fortes, pontos fracos, ameaças, oportunidades.<br>Fatores críticos de sucesso.<br>Estudos de mercado e fontes de informação - fontes primárias (inquéritos, entrevistas, focus grupos) fontes secundárias (artigos, livros, dados estatísticos).<br>Comportamento do consumidor - variáveis explicativas do comportamento do consumidor (sociodemográficas, psicológicas, sociais, culturais).<br>Processo de decisão de compra - identificação da necessidade, procura de informação, ponderação de alternativas, decisão de compra, pós-venda.<br>Segmentação de mercado e mercados-alvo.<br>Marketing mix – produto/serviço (produto, preço, promoção, distribuição, | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, |

- **Inquérito**:
  -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[6] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.
[7] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | pessoas, processos, evidências físicas).<br>Estratégias de desenvolvimento do mix de produto/serviço.<br>Planeamento de marketing - plano de ação, plano de contingência.<br>Orçamentação do plano de marketing.<br>Afetação de recursos - financeiros, de tempo, humanos.<br>Inteligência artificial – definição e importância.<br>Inteligência artificial vs machine learning vs deep learning.<br>Aplicação da inteligência artificial nas estratégias de marketing digital - chatbots, conversação com inteligência artificial, interfaces com uso de linguagem natural, análise preditiva.<br>Inteligência artificial e personalização do atendimento e da experiência do cliente.<br>Tendências futuras da utilização da inteligência artificial no marketing.<br>Normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Normas da qualidade. | mobilização e comunicação de conceitos e procedimentos. | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Analisar o plano de marketing existente na empresa.<br>Identificar as estratégias de marketing utilizadas pela empresa.<br>Identificar os objetivos do plano de marketing da empresa.<br>Analisar os objetivos do plano de marketing.<br>Planificar os objetivos estratégicos, táticos e operacionais a atingir com o plano de marketing.<br>Selecionar e explorar as fontes de informação relevantes para a definição do plano de marketing.<br>Utilizar diferentes tipos de dados para a definição do plano de marketing.<br>Reconhecer as técnicas e os instrumentos de recolha e análise de informação.<br>Utilizar instrumentos de recolha e análise da informação.<br>Analisar informação para a definição do plano de marketing.<br>Definir o orçamento do plano de marketing.<br>Identificar os recursos a afetar ao plano de marketing.<br>Identificar formas de aplicação da inteligência artificial no marketing.<br>Criar campanhas de marketing apoiadas em ferramentas de inteligência artificial.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Assertividade.<br>Escuta ativa.<br>Sentido crítico.<br>Cooperação com a equipa.<br>Sentido de organização.<br>Iniciativa e proatividade.<br>Empenho e persistência na resolução de problemas.<br>Respeito pelas normas e regras definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC02689 | Implementar estratégias de publicidade e promoção | 50 / 60 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Aplicar técnicas de publicidade e de promoção de produtos e serviços.
Conceber materiais de apoio para a publicidade e promoção de produtos/serviços.
Colaborar na gestão do orçamento para a execução de campanhas publicitária e promoções.
Avaliar o retorno das estratégias de publicidade e de promoção da empresa.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[2]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[3] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Evolução da publicidade.<br>Papel da publicidade no marketing mix.<br>Tipos de publicidade - online, offline, social.<br>Diferentes abordagens publicitárias - publicidade persuasiva, informativa, comparativa, entre outras.<br>Análise de mercado e segmentação.<br>Posicionamento da empresa - com base no preço, qualidade, inovação, valores da marca.<br>Comportamento do consumidor - variáveis explicativas, necessidades, motivações, processo de decisão de compra.<br>Gestão de campanhas publicitárias - planeamento, execução e avaliação de campanhas em meios físicos e/ou digitais.<br>Branding - construção e gestão de marcas.<br>Fatores críticos de sucesso e concorrência.<br>Técnicas de promoção de produtos/serviços - publicidade tradicional, marketing digital (estratégias específicas de promoção online - SEO, marketing de conteúdo, e-mail marketing, e marketing nas redes sociais), | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e |

- **Inquérito**:
  - -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - - Entrevistas;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - - Grelha de observações orais;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - - Portefólios;
  - - Relatórios de atividades;
  - - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - - Trabalhos escritos;
  - - Cadernos diários;
  - - Reflexões críticas;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - - Questionamento oral;
  - - Fichas de trabalho;
  - - Quizzes;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[2] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.
[3] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | promoções de vendas, merchandising, eventos e patrocínios, demostrações e amostras grátis, programas de afiliados, cross-selling e up-selling, retargeting, descontos exclusivos, brindes, eventos especiais.<br>Canais de publicidade - tipos e público-alvo a atingir.<br>Conteúdos e mensagens publicitárias - storytelling e mensagens persuasivas.<br>Design e criatividade - princípios de design, materiais publicitários.<br>Orçamento publicitário e de promoções.<br>Métricas de desempenho das ações de publicidade - indicadores-chave de desempenho, retorno do investimento.<br>Ética na publicidade - código e regulamentos, responsabilidade social e publicidade.<br>Equipamentos de proteção individual (EPI).<br>Normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Normas de proteção ambiental.<br>Normas da qualidade. | procedimentos. | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Analisar as orientações e objetivos do plano de marketing da empresa.<br>Reconhecer as diferentes abordagens de publicidade.<br>Analisar as variáveis relativas ao comportamento do consumidor.<br>Analisar os meios de publicidade e de promoção dos produtos e serviços utilizados pela empresa.<br>Avaliar novas técnicas de publicidade e de promoção a serem implementadas.<br>Efetuar o levantamento de custos inerentes aos vários canais de publicidade e promoção de produtos e serviços.<br>Elaborar o orçamento de custos de publicidade e promoção.<br>Analisar o retorno das estratégias de publicidade e de promoção.<br>Utilizar os equipamentos de proteção individual.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas de proteção ambiental.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Iniciativa e proatividade.<br>Cooperação com a equipa.<br>Sentido de organização.<br>Sentido criativo.<br>Responsabilidade pelas suas ações.<br>Empenho e persistência na resolução de problemas.<br>Respeito pelas diferenças individuais e pela privacidade do cliente<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Flexibilidade e adaptabilidade.<br>Escuta ativa.<br>Sentido crítico.<br>Respeitar os princípios éticos e deontológicos.<br>Respeito pelas regras e normas definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC02725 | Controlar os resultados do plano de marketing | 50 / 60 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Colaborar na definição de mecanismos de monitorização e avaliação do plano de marketing físico e/ou digital.
Colaborar na análise do desempenho do plano de marketing físico e/ou digital.
Colaborar na redefinição do plano de marketing físico e/ou digital-

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[4]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[5] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Definição de objetivos SMART (Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timely).<br>Objetivos estratégicos, táticos, operacionais.<br>Métricas e indicadores-chave de desempenho em marketing - custo por aquisição, taxa de abertura, taxa de cliques, tempo médio de permanência num site, taxa de rejeição, taxa de reinscrição, compartilhamentos sociais, taxa de conversão de funil.<br>Avaliação do marketing-mix – produto (quota de mercado, taxa de retenção de clientes, taxa de recomendação dos clientes) (NPS – Net Promoter Score), preço (margem de lucro, elasticidade do preço), distribuição (cobertura da distribuição, eficiência logística), promoção (taxa de conversão, retorno do investimento, taxa de engajamento nas redes sociais).<br>Métricas de avaliação da satisfação do cliente.<br>Métricas de penetração no mercado.<br>Métrica de retorno do investimento nas redes sociais, modelo AARRR - aquisição, ativação, retenção, referência, retorno.<br>Normas de segurança e saúde no trabalho. | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e procedimentos. |

- **Inquérito**:
  - -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - - Entrevistas;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - - Grelha de observações orais;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - - Portefólios;
  - - Relatórios de atividades;
  - - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - - Trabalhos escritos;
  - - Cadernos diários;
  - - Reflexões críticas;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - - Questionamento oral;
  - - Fichas de trabalho;
  - - Quizzes;
  - - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[4] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.
[5] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Analisar os aspetos críticos do controlo e avaliação do plano de marketing.<br>Definir o sistema de avaliação e indicadores de resultados a utilizar para avaliar o plano de marketing.<br>Definir as métricas de avaliação a utilizar.<br>Utilizar ferramentas de análise de dados.<br>Analisar os resultados das métricas utilizadas.<br>Avaliar o desempenho do plano de marketing.<br>Transmitir os resultados e as análises<br>Redefinir novas estratégias de marketing.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Iniciativa e proatividade.<br>Assertividade e empatia na comunicação.<br>Escuta ativa.<br>Sentido crítico.<br>Cooperação com a equipa.<br>Sentido de organização.<br>Empenho e persistência na resolução de problemas.<br>Respeito pelas normas e regras definidas. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC00032 | Elaborar o plano de negócios | 50 / 60 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Estabelecer o âmbito de atuação e os objetivos estratégicos do negócio a desenvolver.
Planear e descrever os recursos humanos, físicos e financeiros necessários ao projeto.
Planear e descrever a estratégia comercial.
Estabelecer a forma de gestão e controlo do negócio.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[2]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[3] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos<br>30 % | Plano de negócios – definição, objetivos e estrutura.<br>Tipos de planos de negócios.<br>Planeamento de ação - a visão e a missão, o mercado subjacente, a nova ideia e o seu posicionamento no mercado.<br>Estudos de mercado - tipologias e segmentação de mercado, técnicas de estudo de mercado.<br>Objetivos SMARTER.<br>Análise, formulação e posicionamento estratégico - análise SWOT.<br>Estratégias de penetração no mercado.<br>Modelo de negócios.<br>Tecnologia/processo.<br>Concorrentes.<br>Marketing – marca, posicionamento e mercados, segmentos-alvo.<br>Circuitos e canais de vendas – diretos e indiretos.<br>Canais de distribuição.<br>Imagem e comunicação.<br>Plano de comercialização – etapas, atividades, recurs | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e |

- **Inquérito**:
  -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[2] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.
[3] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Recursos humanos.<br>Plano de investimento.<br>Plano de financiamento – estruturas, fontes, custos de financiamento.<br>Projeções/modelo financeiro – vendas, cash-flow, rentabilidade.<br>Plano de gestão e controlo do negócio – vendas, produção, informação financeira. | procedimentos. | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Identificar, selecionar e explorar as fontes de informação relevantes.<br>Apresentar a ideia de negócio.<br>Fundamentar a viabilidade base do projeto/produto/ideia.<br>Identificar a dimensão do mercado, necessidades e segmentação de clientes, público-alvo e concorrentes.<br>Descrever os objetivos e atividades do projeto/produto/ideia.<br>Descrever o processo produtivo.<br>Calcular os custos de produção.<br>Identificar os concorrentes.<br>Definir a estratégia de marketing.<br>Definir os canais de venda e distribuição.<br>Identificar potenciais fornecedores.<br>Definir a estrutura de recursos humanos a envolver.<br>Calcular os investimentos iniciais.<br>Identificar as potenciais estruturas, fontes, período e fases de financiamento.<br>Realizar a projeção de vendas.<br>Calcular as projeções de cash-flow.<br>Aferir a viabilidade económico-financeira e sustentabilidade do projeto.<br>Definir o cronograma de implementação.<br>Definir medidas de controlo e ações corretivas para eventuais desvios.<br>Descrever os pontos críticos de desenvolvimento do projeto. | | |
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Autoconfiança.<br>Visão empreendedora.<br>Iniciativa.<br>Sentido criativo.<br>Sentido crítico.<br>Flexibilidade e adaptabilidade.<br>Persistência.<br>Autocontrolo. | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Empatia.<br>Escuta ativa.<br>Cooperação com a equipa.<br>Sentido de organização. | | |

| CÓDIGO | DESIGNAÇÃO DA UC | HORAS / TEMPOS LETIVOS |
|---|---|---|
| UC00791 | Adotar práticas de sustentabilidade no setor do comércio e serviços | 25 / 30 |

**Perfil das Competências Profissionais do Aluno/Formando**

Analisar os princípios e indicadores da sustentabilidade.
Aplicar os requisitos e medidas de sustentabilidade no local de trabalho.
Monitorizar e avaliar as práticas de sustentabilidade no local de trabalho.

| CRITÉRIOS TRANSVERSAIS | CRITÉRIOS ESPECÍFICOS (IMPORTÂNCIA RELATIVA[4]) | CONHECIMENTOS, APTIDÕES E ATITUDES DE ACORDO AS ÁREAS DE COMPETÊNCIAS DO PASEO PREVISTAS NA PLANIFICAÇÃO DA UC | TIPOLOGIA DE TAREFAS[5] |
|---|---|---|---|
| CONHECIMENTO | Conhecimentos 30 % | Ambiente - principais problemas ambientais da atualidade.<br>Pegada ecológica do setor no setor do comércio e serviços.<br>Sustentabilidade - definição, pilares e dimensões económica, social e ambiental.<br>Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) - definição, objetivos, aplicação no setor do comércio e serviços.<br>Fatores de Environmental, Social e Governance (ESG) – definição e objetivos.<br>Enquadramento dos fatores ESG ao nível das entidades no setor do comércio e serviços.<br>Economia circular – definição e objetivos.<br>Economia circular e sustentabilidade – âmbito e relação.<br>Princípios de circularidade - reduzir o desperdício e poluição, materiais e produtos de maior qualidade e durabilidade.<br>Compras sustentáveis - materiais biodegradáveis, ciclo de vida, produtos locais.<br>Política dos 5 R - repensar, recusar, reduzir, reutilizar e reciclar.<br>Eficiência energética - iluminação, aquecimento, ar condicionado. | **- Trabalho de projeto:**<br>Tarefas que envolvam metodologias de trabalho de projeto.<br>**- Trabalhos/Laboratórios**<br>Tarefa de resolução de exercícios de apoio à prática.<br>**- Trabalho de pesquisa/Explorações:**<br>Tarefas que incidam na pesquisa, recolha, análise crítica, seleção e organização de informação proveniente de diversas fontes e a sua materialização num produto em diferentes formatos.<br>**- Reflexões:**<br>Tarefas que incidam sobre a autorregulação, autoavaliação, coavaliação e realização de atividades.<br>**- Apresentações orais/defesas:**<br>Tarefas que envolvam a aplicação, mobilização e comunicação de conceitos e procedimentos. |

- **Inquérito**:
  -Questionários orais/escritos sobre perceções e opiniões;
  - Entrevistas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Observação**:
  - Grelha de observação do desempenho científico/atitudinal;
  - Lista de verificação de atividades/trabalhos propostos;
  - Grelha de observação do trabalho experimental;
  - Grelha de observações orais;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Análise de Conteúdo**:
  - Portefólios;
  - Relatórios de atividades;
  - Trabalhos de pesquisa/investigação;
  - Trabalhos escritos;
  - Cadernos diários;
  - Reflexões críticas;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).
- **Testagem**:
  - Questionamento oral;
  - Fichas de trabalho;
  - Quizzes;
  - Outros (dando cumprimento ao DL nº 54/2018).

[4] A importância relativa que cada um dos domínios assume nas Aprendizagens refere-se às ponderações aplicáveis em contexto de Avaliação com fins de Classificação.

[5] As tarefas devem ser selecionadas e concebidas com o intuito de desenvolver o Perfil de Competências do Curso de Ensino e Formação Técnica (Conhecimentos, Aptidões e Atitudes), cruzando com as áreas de competências inscritas no Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória (PASEO): A-Linguagens e textos; B-Informação e comunicação; C-Raciocínio e resolução de problemas; D-Pensamento crítico e pensamento criativo; E-Relacionamento interpessoal; F-Desenvolvimento pessoal e autonomia; G-Bem-estar, saúde e ambiente; H-Sensibilidade estética e artística; I-Saber científico, técnico e tecnológico; J- Consciência e domínio do corpo. As tarefas a propor devem permitir, simultaneamente, aprender, ensinar e avaliar.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Energias renováveis.<br>Consumo consciente de água.<br>Tecnologias emergentes sustentáveis - melhoria do desempenho de produção e preservação dos recursos naturais.<br>Legislação/regulamentação e normas de proteção ambiental.<br>Gestão de resíduos.<br>Equipamentos de proteção individual (EPI).<br>Normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Normas da qualidade. | | |
| COMUNICAÇÃO, PARTICIPAÇÃO | Aptidões<br>40 % | Consultar as normas, políticas e regulamentos de sustentabilidade organizacional.<br>Identificar os requisitos associados a documentos da qualidade aplicados ao setor do comércio e serviços.<br>Identificar os principais problemas ambientais.<br>Identificar os pilares dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável aplicados ao setor do comércio e serviços.<br>Identificar o papel da economia circular e da sustentabilidade na vida pessoal e profissional.<br>Reconhecer o valor acrescentado da economia circular no ciclo de vida do produto.<br>Aplicar a política dos 5R nas práticas pessoais e profissionais.<br>Avaliar os principais riscos ambientais presentes no local de trabalho e na atividade profissional.<br>Interpretar legislação e regulamentos específicos aplicáveis.<br>Aplicar medidas de eficiência energética.<br>Aplicar medidas de redução do consumo e de tratamento da água.<br>Utilizar equipamentos tecnológicos sustentáveis.<br>Aplicar medidas de redução de desperdícios.<br>Aplicar procedimentos de triagem de resíduos perigosos e urbanos.<br>Propor tecnologias e equipamentos eco eficientes e materiais ecológicos.<br>Propor ações preventivas e corretivas.<br>Utilizar os equipamentos de proteção individual.<br>Aplicar as normas de segurança e saúde no trabalho.<br>Aplicar as normas de proteção ambiental.<br>Aplicar normas da qualidade. | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| COMUNICAÇÃO E COLABORAÇÃO | Atitudes<br>30 % | Responsabilidade pelas suas ações.<br>Autonomia no âmbito das suas funções.<br>Conduta profissional.<br>Assertividade.<br>Escuta ativa.<br>Flexibilidade<br>Adaptabilidade.<br>Cooperação com a equipa.<br>Empenho e persistência na resolução de problemas.<br>Sentido de organização.<br>Sentido crítico.<br>Respeito pelas normas e regras definidas. | | |