



**Técnico/a Especialista em Comércio Internacional  
(International Trade Operational Manager)**

# **Módulos de formação para mobilidade**



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**ESITL**  
A Netinvet Project

**Ligações entre atividades, unidades de competências e módulos de formação para mobilidade**

<b>ATIVIDADES</b>	<b>UNIDADES DE COMPETÊNCIAS</b>	<b>MÓDULOS DE FORMAÇÃO PARA MOBILIDADE</b>
<b>Atividade 1: Monitorização de Mercados</b>	<b>Unidade 1: Monitorizar informação de mercado para atividades de comercial internacional</b>	<b>Módulo 1: Pesquisa de informação para o comércio internacional</b>
		<b>Módulo 2: Preparação da decisão</b>
<b>Atividade 2: Exportação</b>	<b>Unidade 2: Prospetar</b>	<b>Módulo 3: Preparação da prospeção</b>
		<b>Módulo 4: Identificação de potenciais clientes</b>
		<b>Módulo 5: Avaliação da prospeção</b>
	<b>Unidade 3: Vender no estrangeiro</b>	<b>Não relevante para efeitos de mobilidade</b>
	<b>Unidade 4: Assegurar o seguimento das vendas</b>	<b>Não relevante para efeitos de mobilidade</b>

<b>Atividade 3: Importação</b>	<b>Unidade 5: Importar</b>	<b>Não relevante para efeitos de mobilidade</b>
<b>Atividade 4: Coordenação de serviços de apoio à importação e exportação</b>	<b>Unidade 6: Coordenar serviços</b>	<b>Não relevante para efeitos de mobilidade</b>
<b>Atividade 5: Gestão de relações profissionais em contexto multicultural</b>	<b>Unidade 7: Comunicar e gerir relações em contextos multiculturais</b>	<b>Módulo 6: Comunicação em inglês e outra língua estrangeira integrando elementos socioculturais</b>
		<b>Módulo 7: Implementação, gestão e dinamização de uma rede de contactos internacional</b>

# Módulo 1: PESQUISA DE INFORMAÇÃO PARA O COMÉRCIO INTERNACIONAL

## Ligação com a Unidade de Competências

Unidade 1: Monitorizar informação de mercado para atividades de comercial internacional

## Contexto de Trabalho

O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional define os níveis e fontes de informação que são necessários para o sistema de informação de mercado da empresa e para a tomada de decisão. Ele/ela explora oportunidades nos mercados interno e externo. Ele/ela recolhe e analisa informações sobre produtos e serviços, fornecedores, prestadores de serviços, concorrência e outros fatores de enquadramento relevantes para a política de internacionalização da empresa, de forma sistemática e regular e recorrendo a diferentes fontes internas e externas à empresa. Ele/ela conhece o conceito de “inteligência empresarial”, softwares e formas de aplicação e exploração dos dados obtidos por esta via.

## Objetivos de Aprendizagem

Aptidões	Conhecimentos
<b>U1S1.1</b> – Desenhar, planear e orçamentar o processo de obtenção de informação	<b>U1K1</b> – Estudos de mercado <b>U1K2</b> – Tendências em matéria de trocas internacionais
<b>U1S1.2</b> – Selecionar informação e regulamentação comercial aplicável aos mercados estrangeiros	<b>U1K3</b> – Riscos, avaliações e <i>ratings</i> por país <b>U1K4</b> – Estudos setoriais <b>U1K5</b> – Ambiente legal internacional <b>U1K6</b> – Regulamentação em matéria de ética e de ambiente
<b>U1S1.3</b> – Formular requisitos técnicos para estudos de mercado	

## Descrição das Aptidões

Aptidões	Limites ou Conteúdos	Orientações Pedagógicas
<b>U1S1.1</b> – Desenhar, planear e orçamentar o processo de obtenção de informação	Realizar apenas em resposta a uma necessidade  Respeitar uma estrutura pré-estabelecida  A prioridade deve ser a metodologia para as diferentes etapas	Utilizar uma variedade limitada de opções  Utilizar software de folha de cálculo
<b>U1S1.2</b> – Selecionar informação e regulamentação comercial aplicável aos mercados estrangeiros	Implementação da metodologia para a investigação primária (investigação de campo) e secundária (investigação documental)  O objetivo deve ser obter	Utilizar o trabalho de equipa para a análise dos dados da investigação primária do estudo de caso para decidir se um negócio é ou não rentável  Utilizar jogos de simulação:

	informações de associações comerciais e organismos oficiais	por exemplo, para decidir o preço de um determinado produto num determinado mercado
<b>U1S1.3</b> – Formular requisitos técnicos para estudos de mercado	<p>Definir qual a informação crítica necessária</p> <p>Deverão ser evitados preconceitos culturais ou estatísticos</p>	<p>Todas as formas modernas de comunicação e todos os recursos informacionais deverão ser utilizadas (por exemplo, bases de dados online de acesso livre, websites de empresas ou informações obtidas através das redes sociais)</p> <p>Projetar a investigação em torno da necessidade de informação crítica</p> <p>Concentrar-se na informação necessária</p> <p>Gerir e ir ao encontro das expetativas</p>

### **Descrição dos Conhecimentos**

<b>Conhecimentos associados</b>	<b>Contéudos</b>	<b>Orientações Pedagógicas</b>
<b>U1K1</b> – Estudos de mercado	<p>Diferentes tipos de estudos de mercado</p> <p>Fontes de informação</p> <p>Principais etapas de um estudo de mercado</p> <p>Ferramentas digitais, incluindo software estatístico</p> <p>Estrutura e principais elementos de um relatório de estudo de mercado</p>	<p>Ser muito preciso sobre o objetivo do estudo de mercado</p> <p>Limitar o alcance do estudo de mercado para o primeiro exercício e complementar mais tarde</p> <p>Alertar para as informações-chave a ter em conta</p> <p>Utilizar um contexto profissional real e atualizado</p> <p>Tornar a aprendizagem digital</p>
<b>U1K2</b> – Tendências em matéria de trocas internacionais	<p>Sustentabilidade nas relações comerciais</p> <p>Economia verde</p> <p>Eliminação de barreiras comerciais</p>	<p>Visitar empresas que se enquadram no contexto</p> <p>Convidar peritos externos que participem em projetos internacionais com apoio dos meios de comunicação digital</p>

	Comportamento no contexto das alterações climáticas	Criar um guião de trabalho sobre uma empresa fictícia com operações de comércio internacional a nível global
<b>U1K3</b> – Riscos, avaliações e <i>ratings</i> por país	Plataformas internacionais de <i>rating</i>  Agências de <i>rating</i> e informação disponibilizada  Mapa de riscos por país	Utilizar informações atualizadas, por exemplo da World factbook ( <a href="https://www.cia.gov/the-world-factbook/">https://www.cia.gov/the-world-factbook/</a> )
<b>U1K4</b> – Estudos setoriais	Análise da evolução da produtividade e da dinâmica da produção e do comércio (oferta, distribuição da procura...)  Foco nas inovações, com especial atenção para a problemática das cadeias de abastecimento	Investigar como as empresas e os setores lidam com os desafios do progresso  Considerar os efeitos da adoção de novas tecnologias, da generalização da digitalização e do pensamento económico verde  Utilizar estudos de casos para comparar a paisagem europeia e global
<b>U1K5</b> – Ambiente legal internacional	Foco na diferença entre as regras do comércio europeu e internacional  O quadro jurídico de diferentes áreas do comércio	Aprendizagem com base em exemplos concretos da situação económica de diferentes empresas  Convidar peritos de empresas para contribuírem com os seus conhecimentos e experiência
<b>U1K6</b> – Regulamentação em matéria de ética e de ambiente	Todas as grandes empresas devem preparar um relatório de sustentabilidade de acordo com a Diretiva sobre Relatórios de Sustentabilidade Empresarial (CSRD-E)  Conceção, implementação e execução de estratégias de sustentabilidade para criar uma vantagem competitiva duradoura	Analisar um relatório de sustentabilidade de uma empresa e extrair as estratégias utilizadas para cumprir as regras éticas e ambientais  O que podemos aprender sobre a empresa e o seu foco em boas práticas em matéria de governança ambiental, social e empresarial – ESG  Sugestão de trabalho em equipa

### Pré-requisitos

Não
-----

## Módulo 2: PREPARAÇÃO DA DECISÃO

### Ligação com a Unidade de Competências

Unidade 1: Monitorizar informação de mercado para atividades de comercial internacional

### Contexto de Trabalho

O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional recolhe e analisa informações sobre produtos e serviços, fornecedores, prestadores de serviços, concorrência e outros fatores de enquadramento relevantes para a política de internacionalização da empresa, de forma sistemática e regular e recorrendo a diferentes fontes internas e externas à empresa. Ele/ela conhece o conceito de “inteligência empresarial”, softwares e formas de aplicação e exploração dos dados obtidos por esta via.

### Objetivos de Aprendizagem

Aptidões	Conhecimentos
<b>U1S2.1</b> – Monitorizar informação vital em termos de marketing	<b>U1K7</b> – Métodos de Análise Estatística <b>U1K8</b> – Dados e informação <b>U1K9</b> – Sistema de informação do negócio e ferramentas de “business intelligence”
<b>U1S2.2</b> – Preparar relatórios para facilitar o processo de tomada de decisão	<b>U1K10</b> – Proteção de dados e cibersegurança

### Descrição das Aptidões

Aptidões	Limites ou Conteúdos	Orientações Pedagógicas
<b>U1S2.1</b> – Monitorizar informação vital em termos de marketing	Técnicas de recuperação de informação  Parâmetros estatísticos de posição e dispersão  Proteção, segurança e integridade de dados	Utilizar estudos de casos com várias categorias de dados de marketing, introduzir problemas relacionados com a atualização de informações críticas de marketing, proteção de dados, segurança e integridade  Utilizar sempre o contexto das PME
<b>U1S2.2</b> – Preparar relatórios para facilitar o processo de tomada de decisão	Qualidade da informação  Análise de dados e técnicas de avaliação  Bases de dados  Indicadores de desempenho  Definição, utilidade e componentes do Sistema de	Pedir aos aprendentes para redigirem relatórios, começando com uma situação fácil e mais tarde com contextos progressivamente mais complexos  Preparar uma apresentação para a Direção com uma recomendação tendo por base um dado exemplo prático

	<p>Informação de Marketing (SIM)</p> <p>Organização do Sistema de Informação de Marketing (SIM)</p> <p>Relatórios com o objetivo de apoiar a tomada de decisão</p>	<p>Utilizar estudos de caso</p> <p>Apoiar-se em peritos</p>
--	--	---

### **Descrição dos Conhecimentos**

<b>Conhecimentos associados</b>	<b>Contéudos</b>	<b>Orientações Pedagógicas</b>
<b>U1K7 – Métodos de Análise Estatística</b>	<p>Organização e apresentação de dados</p> <p>Representação gráfica de dados</p> <p>Medidas de posicionamento ou tendência central</p> <p>Medidas de dispersão</p> <p>Dimensões da forma da distribuição</p> <p>Regressão linear e correlação simples</p> <p>Séries cronológicas. Estimativa das tendências.</p> <p>Aplicações informáticas para o processamento e análise de informação: folhas de cálculo e bases de dados</p> <p>Elaboração de relatórios comerciais com os resultados e conclusões da análise e estudo estatístico dos dados</p>	<p>Utilizar exercícios com dados do comércio internacional</p> <p>Demonstrar como utilizar um sistema informático e bases de dados para processar dados</p> <p>Insistir no valor para a decisão da informação estatística obtida após o processamento dos dados</p>
<b>U1K8 – Dados e informação</b>	<p>Exploração dos dados obtidos através da prospeção e da rede de colaboradores</p> <p>Análise e avaliação dos dados obtidos durante a investigação</p>	<p>Demonstrar como utilizar indicadores e ferramentas informáticas</p> <p>Mostrar como utilizar os meios disponíveis ou externos, para a preparação de relatórios úteis para o</p>

		processo de tomada de decisão
<b>U1K9</b> – Sistema de informação do negócio e ferramentas de “business intelligence”	Configuração de um Sistema de Informação de Marketing	Utilizar um exemplo prático para mostrar como se preparar para tomar decisões empresariais e como definir fontes de informação, procedimentos e técnicas para organização de dados utilizando inteligência artificial
<b>U1K10</b> – Proteção de dados e cibersegurança	<p>Noções básicas de cibersegurança</p> <p>Legislação e regulamentos sobre segurança e proteção de dados e as repercussões do seu incumprimento</p> <p>Segurança na Internet: spam, vírus informáticos, spyware, phishing</p>	<p>Utilizar exemplos práticos para mostrar como realizar os procedimentos e como aplicar técnicas para garantir a integridade da informação</p> <p>Com exemplos reais, explicar como recolher provas sobre os efeitos de um ataque</p>

**Pré-requisitos**

Não.
------

## Módulo 3: PREPARAÇÃO DA PROSPEÇÃO

### Ligação com a Unidade de Competências

Unidade 2: Prospetar
----------------------

### Contexto de Trabalho

<p>O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional concebe um plano de prospeção e orçamenta-o levando em linha de conta o orçamento global da organização. Ele/ela distribui tarefas entre staff interno e subcontratados.</p> <p>Ele/ela identifica potenciais clientes de acordo com os critérios estabelecidos para alcançar os objetivos comerciais da empresa. Ele/ela faz a seleção de subcontratados.</p>
--

### Objetivos de Aprendizagem

Aptidões	Conhecimentos
<b>U2S1.1</b> – Atribuir tarefas ao staff de acordo com os recursos e objetivos	<b>U2K1</b> – Função prospeção <b>U2K2</b> – Planeamento e orçamentação da prospeção
<b>U2S1.2</b> – Selecionar subcontratados	<b>U2K3</b> – Apoios e incentivos à exportação

### Descrição das Aptidões

Aptidões	Limites ou Conteúdos	Orientações Pedagógicas
<b>U2S1.1</b> – Atribuir tarefas ao staff de acordo com os recursos e objetivos	Realizar em resposta a uma necessidade específica  Respeitar uma estrutura pré-estabelecida  A prioridade deve ser a metodologia para as diferentes etapas  Considerar as várias soluções (internas, externas)	Considere uma variedade limitada de tarefas (por exemplo, investigação documental)
<b>U2S1.2</b> – Selecionar subcontratados	Selecionar subcontratados a partir da base de dados de uma empresa	Evidenciar a metodologia e critérios

### Descrição dos Conhecimentos

Conhecimentos associados	Conteúdos	Orientações Pedagógicas
<b>U2K1</b> – Função prospeção	Papel da prospeção  Objetivos da prospeção de acordo com a política de marketing da empresa	Utilizar estudos de casos de pequenas empresas

<b>U2K2</b> – Planeamento e orçamentação da prospeção	Plano de ação da prospeção  Bases de dados de clientes e <i>prospects</i>  Definição e componentes de um orçamento de prospeção  Legislação e constrangimentos regulamentares	Considerar os meios (humanos, financeiros, técnicos) e o ritmo (calendário) da empresa  Utilizar ferramentas e jogos de simulação
<b>U2K3</b> – Apoios e incentivos à exportação	Programas nacionais de apoio ao desenvolvimento das exportações (informação sobre mercados estrangeiros, ajudas financeiras...) e websites do Governo Nacional	Os aprendentes devem contactar/utilizar organizações e meios nacionais  Atualizar sempre a informação

**Pré-requisitos**

Módulo 1: Pesquisa de informação para o comércio internacional.
---

## Módulo 4: IDENTIFICAÇÃO DE POTENCIAIS CLIENTES

### Ligação com a Unidade de Competências

Unidade 2: Prospetar
----------------------

### Contexto de Trabalho

<p>O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional identifica potenciais clientes de acordo com os critérios estabelecidos para alcançar os objetivos comerciais da empresa. Ele/ela organiza e supervisiona ações de comunicação/promoção de produtos/serviços em feiras e eventos internacionais, otimizando os recursos atribuídos para adaptar os seus resultados aos objetivos estabelecidos.</p> <p>São necessários conhecimentos de línguas estrangeiras.</p> <p>Ele/ela contribui para a adaptação dos procedimentos relacionados com o desenvolvimento internacional da empresa.</p>
--

### Objetivos de Aprendizagem

Aptidões	Conhecimentos
<b>U2S2.1</b> – Definir os perfis de potenciais clientes	<b>U2K4</b> – Critérios de segmentação <b>U2K5</b> – Ferramentas para prospeção internacional <b>U2K6</b> – Feiras e eventos internacionais <b>U2K7</b> – Técnicas de comunicação e promoção internacionais <b>U2K10</b> – Ética e legislação na função prospeção
<b>U2S2.2</b> – Criar contactos de negócio	
<b>U2S2.3</b> – Respeitar regras comerciais e ética de negócio	

### Descrição das Aptidões

Aptidões	Limites ou Conteúdos	Orientações Pedagógicas
<b>U2S2.1</b> – Definir os perfis de potenciais clientes	Definição dos perfis dos clientes de acordo com a estratégia da empresa e a especificidade do mercado estrangeiro	Definir claramente os vários públicos-alvo no país escolhido
<b>U2S2.2</b> – Criar contactos de negócio	Ferramentas de prospeção internacional	Fazer chamadas telefónicas, organizar reuniões online, trocar correio eletrónico, fazer <i>pitchs</i> comerciais presenciais e online para empresas reais ou estudos de casos
<b>U2S2.3</b> – Respeitar regras comerciais e ética de negócio	Cultura local  Regulamentos e legislação aplicável atualizados dos países em causa  Comportamento ético	Organizar a monitorização dos mercados sobre estes temas

### Descrição dos Conhecimentos

Conhecimentos associados	Contéudos	Orientações Pedagógicas
<b>U2K4</b> – Critérios de segmentação	Objetivos e ferramentas  Técnicas de segmentação	Utilizar estudos de casos e software de apoio
<b>U2K5</b> – Ferramentas para prospeção internacional	Bases de dados de clientes e de <i>prospects</i>  Telefonemas, correio eletrónico, viagens de negócios, feiras comerciais/empresariais	Atualizar sempre as bases de dados  Ser prático, utilizando situações reais para descobrir e compreender o conjunto de ferramentas
<b>U2K6</b> – Feiras e eventos internacionais	Seleção da feira ou evento adequado para a participação (nacional ou internacional)  Organização das diferentes etapas desde a reserva de um stand até à avaliação da feira	Uma tarefa pode ser fazer parte da feira internacional (organização, participação, avaliação)  Os aprendentes podem organizar a sua própria feira ou evento internacional com diferentes intervenientes  Candidatura a apoios existentes para a participação na Feira ou evento internacional junto de organizações governamentais, câmaras de comércio, associações empresariais
<b>U2K7</b> – Técnicas de comunicação e promoção internacionais	Com objetivos específicos, proporcionar conhecimento sobre o tipo de comunicação empresarial local, redes sociais e formas de comunicação tradicional/offline	Praticar em empresas reais ou estudos de casos
<b>U2K10</b> – Ética e legislação na função prospeção	Ética e informação cultural em contexto multicultural  Legislação e constrangimentos regulamentares	Insistir nas técnicas de atualização

### Pré-requisitos

Módulo 1: Pesquisa de informação para o comércio internacional.  
Módulo 3: Preparação da prospeção.

## Módulo 5: AVALIAÇÃO DA PROSPEÇÃO

### Ligação com a Unidade de Competências

Unidade 2: Prospetar
----------------------

### Contexto de Trabalho

O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional deve assegurar o acompanhamento da prospeção. Ele/ela recolhe e analisa os resultados da prospeção e compara-os com os objetivos definidos para a prospeção. Esta avaliação permite pensar e propor melhorias para as próximas ações de prospeção. Tendo por base os dados recolhidos e as propostas equacionadas, ele/ela prepara um relatório de prospeção para o gestor/decisor a quem reporta. Para realizar este trabalho, utiliza todas as ferramentas digitais relevantes disponíveis no seu contexto profissional.

### Objetivos de Aprendizagem

Aptidões	Conhecimentos
<b>U2S3.1</b> – Reportar resultados da prospeção	<b>U2K8</b> – Ferramentas digitais para interação com clientes e personalização da relação com clientes internacionais <b>U2K9</b> – Follow-up e avaliação da prospeção internacional
<b>U2S3.2</b> – Avaliar a prospeção comparativamente com os objetivos comerciais	
<b>U2S3.3</b> – Sugerir adaptação de procedimentos	

### Descrição das Aptidões

Aptidões	Limites ou Conteúdos	Orientações Pedagógicas
<b>U2S3.1</b> – Reportar resultados da prospeção	Registos dos métodos de aquisição disponíveis  Técnicas de processamento e avaliação de relatórios factuais e previsionais	Trabalho individual com folhas de cálculo especialmente desenvolvidas para o efeito  Aplicação de grelhas de competência adaptadas individualmente
<b>U2S3.2</b> – Avaliar a prospeção comparativamente com os objetivos comerciais	Métodos e ferramentas de avaliação estatística e vários meios de apresentação dos resultados	Método dos quatro cantos, feedback com questionário aplicado em conjunto escola/centro de formação e empresas
<b>U2S3.3</b> – Sugerir adaptação de procedimentos	Procedimentos padrão para apresentação de resultados  Procedimentos de avaliação qualitativa e quantitativa	Implementar <i>role playing</i> com casos concretos  Solicitar apresentação em PowerPoint descrevendo os procedimentos selecionados

### Descrição dos Conhecimentos

Conhecimentos associados	Conteúdos	Orientações Pedagógicas
--------------------------	-----------	-------------------------

<p><b>U2K8</b> – Ferramentas digitais para interação com clientes e personalização da relação com clientes internacionais</p>	<p>Introdução de ferramentas de <i>business intelligence</i> e explicação de certos detalhes</p> <p>Planeamento integrado, análise e previsão</p>	<p>Utilização de dispositivos digitais</p> <p>Criação de uma plataforma de comunicação comum entre as empresas e a escola/centro de formação</p> <p>Utilização de inteligência artificial</p>
<p><b>U2K9</b> – Follow-up e avaliação da prospeção internacional</p>	<p>Gestão da Relação com o Cliente</p> <p>Acompanhamento de clientes</p>	<p>Utilizar software de planeamento de recursos empresariais (ERP)</p> <p>Sugestões de grupos de trabalho no campo da aprendizagem cooperativa</p> <p>Desenvolver relatórios das experiências</p> <p>Implementar a aprendizagem entre pares</p>

**Pré-requisitos**

Módulo 4 – Identificação de potenciais clientes.

## Módulo 6: COMUNICAÇÃO EM INGLÊS E OUTRA LÍNGUA ESTRANGEIRA INTEGRANDO ELEMENTOS SOCIOCULTURAIS

### *Ligação com a Unidade de Competências*

Unidade 7: Comunicar e gerir relações em contextos multiculturais.

### *Contexto de Trabalho*

O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional desenvolve a sua atividade profissional num contexto intercultural. Ele/ela precisa de ter uma comunicação persuasiva na língua nacional e em línguas estrangeiras (inglês, obrigatório).

O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional deve comunicar oralmente, de forma fluente e espontânea, na língua nacional e em inglês e/ou noutra língua a fim de identificar as necessidades dos clientes e garantir o serviço, realizar atividades de aconselhamento e resolver possíveis conflitos e incidentes.

Ele/ela deve comunicar por escrito, de forma coerente, em qualquer suporte, mostrando autonomia na produção de documentos de cariz profissional.

### *Objetivos de Aprendizagem*

Aptidões	Conhecimentos
<b>U7S1.1</b> – Recolher informação relacionada com práticas de negócio, sociais e culturais	<b>U7K1</b> – Comunicação profissional oral e escrita na língua utilizada no ambiente de trabalho <b>U7K2</b> – Comunicação profissional oral e escrita em Inglês, ao nível B2 do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas <b>U7K3</b> – Comunicação profissional oral e escrita noutra língua estrangeira, ao nível B2 do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas <b>U7K4</b> – Técnicas e modelos de comunicação num contexto multicultural <b>U7K5</b> – Tipos e estilos de comunicação não-verbal
<b>U7S1.2</b> – Integrar as diferenças culturais	
<b>U7S1.3</b> – Produzir mensagens profissionais orais para interagir com contactos de outras culturas	
<b>U7S1.4</b> – Produzir documentos profissionais escritos com o objetivo de interagir com contactos de outras culturas	

### *Descrição das Aptidões*

Aptidões	Limites ou Conteúdos	Orientações Pedagógicas
<b>U7S1.1</b> – Recolher informação relacionada com práticas de negócio, sociais e culturais	Obrigatório em preparação para uma situação empresarial envolvendo partes provenientes de diferentes contextos culturais  Criação de uma base de dados colaborativa de informação sobre práticas sociais, culturais e empresariais de um número pré-definido de países/regiões, em conjunto com os aprendentes	Limitar o alcance geográfico da informação a pesquisar e selecionar, aumentá-la posteriormente, se necessário  Utilizar cenários profissionais reais e atualizados, utilizando o maior número possível de exemplos provenientes do contexto empresarial dos aprendentes  Recomendar a utilização de meios digitais

<p><b>U7S1.2 – Integrar as diferenças culturais</b></p>	<p>As nossas próprias referências culturais afetam o nosso comportamento e a reação dos outros ao nosso comportamento</p> <p>A capacidade de mudar de filtro/perspetiva é fundamental para comunicar respeitando e integrando as diferenças culturais</p>	<p>Respeitar uma situação de comunicação pré-estabelecida e bem definida</p> <p>Explorar o potencial dado pela diversidade existente na sala de formação ou na empresa</p> <p>Recomendar aos aprendentes que procurem exemplos online de situações de comunicação “boas e más” que integrem diferenças culturais; encorajar a discussão em grupo</p> <p>Utilizar <i>role-playing</i> com o grupo tendo por base elementos interculturais a cada um dos papéis atribuídos</p>
<p><b>U7S1.3 – Produzir mensagens profissionais orais para interagir com contactos de outras culturas</b></p>	<p>Respeitar os códigos (inter)culturais e o protocolo empresarial para comunicação profissional</p> <p>Os valores e estereótipos pessoais afetam a nossa capacidade de comunicar particularmente com pessoas provenientes de diferentes contextos</p> <p>A necessidade de clarificar e verificar regularmente a compreensão e de resumir o que foi discutido, a fim de estabelecer a relação entre a expressão linguística e o conteúdo cultural</p>	<p>Respeitar uma situação de comunicação pré-estabelecida e bem definida</p> <p>Colocar os aprendentes em situação: <i>role playing</i> de situações de comunicação profissional oral integrando diferenças culturais/não respeitando as diferenças culturais; encorajar a discussão em grupo</p>
<p><b>U7S1.4 – Produzir documentos profissionais escritos com o objetivo de interagir com contactos de outras culturas</b></p>	<p>Respeitar os códigos (inter)culturais para a comunicação profissional, netiqueta empresarial e protocolo</p> <p>Os valores e estereótipos pessoais afetam a nossa capacidade de comunicar particularmente com pessoas</p>	<p>Respeitar uma situação de comunicação pré-estabelecida e bem definida</p> <p>Se numa empresa, utilizar documentos reais da prática diária da empresa (cartas, e-mails, convites à apresentação de propostas, propostas comerciais, etc.)</p>

	provenientes de diferentes contextos	Se em sala de formação, colocar os aprendentes em situação: preparar trabalhos que impliquem produção escrita que demonstre uma utilização precisa dos códigos culturais para uma comunicação profissional (netiqueta e protocolo empresarial) num determinado país/região
--	--------------------------------------	--

### Descrição dos Conhecimentos

Conhecimentos associados	Contéudos	Orientações Pedagógicas
<b>U7K1</b> – Comunicação profissional oral e escrita na língua utilizada no ambiente de trabalho	<p>Comunicação profissional oral e escrita na língua utilizada no ambiente de trabalho, focando-se em:</p> <p>Comunicação oral:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicação presencial</li> <li>- Comunicação a distância (telefone, meios de comunicação online, redes sociais)</li> </ul> <p>Comunicação escrita:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- produção de documentação comercial relevante para a atividade e operações de comércio internacional</li> </ul>	<p>Foco na comunicação profissional, por exemplo, tipo de comunicação e terminologia relevante para o contexto empresarial internacional</p> <p>Colocar os aprendentes numa situação de comunicação profissional oral</p> <p>Colocar os aprendentes numa situação em que devem produzir documentação comercial geral e outra documentação relacionada com a atividade de comércio internacional, na língua do ambiente de trabalho</p>
<b>U7K2</b> – Comunicação profissional oral e escrita em Inglês, ao nível B2 do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas	<p>Comunicação profissional oral e escrita <u>em Inglês</u>, concentrando-se na:</p> <p>Comunicação oral:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicação presencial</li> <li>- Comunicação a distância (telefone, meios de comunicação online, redes sociais)</li> </ul> <p>Comunicação escrita:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Produção de documentação empresarial escrita relevante para a</li> </ul>	<p>Foco na comunicação profissional, por exemplo, tipo de comunicação e terminologia relevante para o contexto empresarial internacional</p> <p>Colocar os aprendentes em situação: <i>role playing</i> de situações de comunicação profissional oral explorando contextos empresariais internacionais e a terminologia específica, na língua inglesa</p>

	atividade e operações de comércio internacional	Colocar os aprendentes numa situação em que devem produzir documentação comercial geral e outra documentação relacionada com a atividade de comércio internacional, na língua inglesa
<b>U7K3</b> – Comunicação profissional oral e escrita noutra língua estrangeira, ao nível B2 do Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas	<p>Comunicação profissional oral e escrita <u>noutra língua estrangeira</u>, concentrando-se na:</p> <p>Comunicação oral:  - Comunicação presencial  - Comunicação a distância (telefone, meios de comunicação online, redes sociais)</p> <p>Comunicação escrita:  - Produção de documentação empresarial escrita relevante para a atividade e operações de comércio internacional</p>	<p>Foco na comunicação profissional, por exemplo, tipo de comunicação e terminologia relevante para o contexto empresarial internacional</p> <p>Colocar os aprendentes em situação: <i>role playing</i> de situações de comunicação profissional oral explorando contextos empresariais internacionais e a terminologia específica, noutra língua estrangeira</p> <p>Colocar os aprendentes numa situação em que devem produzir documentação comercial geral e outra documentação relacionada com a atividade de comércio internacional, noutra língua estrangeira</p>
<b>U7K4</b> – Técnicas e modelos de comunicação num contexto multicultural	<p>O que é a comunicação num contexto multicultural</p> <p>Técnicas para uma comunicação intercultural eficaz</p> <p>Competências de comunicação intercultural</p> <p>Códigos culturais para a comunicação / prática profissional (costumes)</p>	<p>Colocar os aprendentes em situação: preparação de uma lista de técnicas a aplicar para comunicar eficazmente numa situação de comunicação intercultural (trabalho em grupo seguido de debate em plenário)</p> <p>Apoiar-se em peritos</p> <p>Utilizar estudos de casos</p>
<b>U7K5</b> – Tipos e estilos de comunicação não-verbal	Tipos e estilos de comunicação não-verbal	Colocar os aprendentes em situação: preparação de uma lista de características culturais em matéria de

	<p>Como utilizar recursos extralinguísticos para melhorar a comunicação</p> <p>Diferentes atitudes culturais relativamente ao contacto físico, proximidade física, contacto visual, etc.</p>	<p>proxêmica, cinética, háptica e oculésia para diferentes culturas (trabalho em grupo, um em cada cultura seguido de debate em plenário)</p> <p>Utilizar <i>role playing</i></p>
--	--	---

**Pré-requisitos**

<p>Não.</p>
-------------

## Módulo 7: Implementação, gestão e dinamização de uma rede de contactos internacional

### Ligação com a Unidade de Competências

Unidade 7: Comunicar e gerir relações em contextos multiculturais.

### Contexto de Trabalho

O Técnico/a Especialista em Comércio Internacional desenvolve a sua atividade profissional num contexto intercultural. Ele/ela precisa de construir e manter uma rede multicultural de contactos, que deve ser capaz de gerir de forma flexível de acordo com uma variedade de situações.

### Objetivos de Aprendizagem

Aptidões	Conhecimentos
<b>U7S2.1</b> – Constituir uma base de dados e rede de contactos multicultural	<b>U7K6</b> – Condutas e práticas culturais (costumes/hábitos/rituais) <b>U7K7</b> – Gestão de relações interculturais
<b>U7S2.2</b> – Manter uma base de dados e uma rede de contactos multicultural	<b>U7K8</b> – Etiqueta e protocolo empresarial <b>U7K9</b> – Enquadramento legal para as relações laborais individuais e de grupo nos países-alvo
<b>U7S3.3</b> – Dinamizar uma rede de contactos profissional num contexto multicultural	<b>U7K10</b> – Gestão de sistemas de informação

### Descrição das Aptidões

Aptidões	Limites ou Conteúdos	Orientações Pedagógicas
<b>U7S2.1</b> – Constituir uma base de dados e rede de contactos multicultural	A ação só deve existir em resposta a uma necessidade  Utilização de uma estrutura pré-estabelecida  Utilização de um estudo de caso de uma empresa, criação de uma base de dados de contactos, definição do tipo de contactos a incluir, das informações a recolher relativamente a cada contacto e do software a utilizar	Limitar o âmbito da base de dados e aumentá-la mais tarde, se necessário  Solicitar a utilização de meios digitais para o desenvolvimento da base de dados  Considerar constrangimentos legais
<b>U7S2.2</b> – Manter uma base de dados e uma rede de contactos multicultural	A ação só deve existir em resposta a uma necessidade  Utilização de uma estrutura pré-estabelecida	Limitar o alcance da informação a ser mantida e aumentá-lo mais tarde, se necessário  Solicitar a utilização de meios digitais

<p><b>U7S3.3</b> – Dinamizar uma rede de contactos profissional num contexto multicultural</p>	<p>A expressão das nossas opiniões e crenças pode afetar as boas relações com os outros</p>	<p>Esta aptidão pode ser mais bem desenvolvida em empresa</p> <p>Se numa sala de formação, colocar os aprendentes em situação: <i>role playing</i> de uma situação de participação numa feira internacional explorando possíveis formas de proceder para aprofundar as relações profissionais existentes e fazer novos contactos, seguido de debate dos resultados</p>
--	---	--

### **Descrição dos Conhecimentos**

<b>Conhecimentos associados</b>	<b>Contéudos</b>	<b>Orientações Pedagógicas</b>
<p><b>U7K6</b> – Condutas e práticas culturais (costumes/hábitos/rituais)</p>	<p>Definições de cultura</p> <p>Componentes de uma cultura</p> <p>Cultura nacional, regional, setorial, empresarial, pessoal</p> <p>Identificação e comparação de diferenças culturais / Técnicas de briefing cultural</p> <p>Distinção entre generalizações e estereótipos</p>	<p>Explorar o potencial dado pela diversidade existente na sala de formação ou na empresa</p> <p>Foco no facto de que algumas diferenças culturais são facilmente identificáveis e outras menos fáceis de identificar</p> <p>Os aprendentes devem aprender com a sua própria cultura</p>
<p><b>U7K7</b> – Gestão de relações interculturais</p>	<p>Definições de valores, normas, intercultural, multicultural, diversidade cultural, etnocentrismo</p> <p>Modelos multiculturais</p> <p>A noção de relatividade nos padrões culturais</p>	<p>Explorar o potencial dado pela diversidade existente na sala de formação ou na empresa</p>
<p><b>U7K8</b> – Etiqueta e protocolo empresarial</p>	<p>Comunicação com diferentes tipos de personalidades no trabalho</p> <p>Etiqueta e protocolo para várias situações comerciais, incluindo regras não escritas</p> <p>Netiqueta</p>	<p>Utilizar a metodologia “DOs and DONTs” aplicada a estudos de casos pré-preparados/ situações de aprendizagem</p>

	<p>Erros comuns de (n)etiqueta</p> <p>Imagem pessoal e comunicação não-verbal na projeção da imagem pessoal</p> <p><i>Dress code</i> (presencial e online)</p> <p>Protocolo aplicado à comunicação escrita</p> <p>Abordar e cumprimentar dignitários e autoridades</p>	
<p><b>U7K9</b> – Enquadramento legal para as relações laborais individuais e de grupo nos países-alvo</p>	<p>De acordo com diferentes geografias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- organização do trabalho (horário de trabalho; flexibilidade; férias; proteção social; regras e práticas de pagamento, etc.)</li> <li>- tipos de contratos de trabalho</li> <li>- papel do diálogo social</li> </ul>	<p>Explorar exemplos de países que normalmente mantêm relações comerciais com o país de origem</p> <p>Foco na compreensão de como o direito do trabalho e as relações laborais afetam a forma de interagir com uma rede de contactos internacionais</p>
<p><b>U7K10</b> – Gestão de sistemas de informação</p>	<p>Definição, funções, finalidades e tipos de sistemas de informação</p> <p>Necessidades de informação</p> <p>Diferença entre dados e informação</p> <p>Modelos utilizados na gestão da informação (relacional, NoSQL, etc.)</p> <p>Organização de ficheiros e bases de dados</p> <p>Segurança e integridade dos dados</p>	<p>Colocar os aprendentes em situação: preparar uma tarefa onde os aprendentes devem definir a estrutura de um sistema de informação ideal para um negócio internacional, bem como o tipo de informação e dados a recolher, de acordo com um estudo de caso de uma empresa pré-preparado</p> <p>Realização de estudos comparativos</p> <p>Implementar a aprendizagem entre pares</p>

**Pré-requisitos**

Não.

## **Orientações pedagógicas gerais**

Em cada um dos módulos e através de cada atividade pedagógica, professores, formadores e tutores prestarão atenção ao desenvolvimento das competências transversais, autonomia e responsabilidade, tal como descrito no Repertório de Competências.

### **Competências transversais, autonomia e responsabilidade**

Para ter sucesso no seu trabalho, o Técnico/a Especialista em Comércio Internacional apoia-se num leque alargado de competências transversais. Ele/ela demonstra flexibilidade, reatividade, criatividade, rigor, organização e respeito pela ética profissional, especialmente quando opera num contexto internacional. Ele/Ela está habituado a trabalhar em equipa, a ser um contribuinte ativo no âmbito de um projeto e a apresentar propostas, de forma voluntária.

Ao trabalhar no estrangeiro, ele/ela respeita os diferentes hábitos profissionais e as especificidades culturais. Pede-se que demonstre cortesia e respeito nas relações com as várias pessoas com que contacta profissionalmente, bem como capacidade para “adiar o julgamento” e sensibilidade às diferenças culturais em situação de trabalho. Ele/ela deve estar sempre ciente das regras internacionais sobre a proteção das populações e do ambiente. Ele/ela deve estar sempre consciente da situação geopolítica e das tendências económicas internacionais. Ele/ela deve também demonstrar um interesse genuíno nos novos processos de venda utilizando a digitalização, bem como nos novos métodos de venda.

O/a Técnico/a Especialista em Comércio Internacional deve ser autónomo no seu trabalho diário e será responsabilizado por ele. O seu nível de autonomia dependerá da dimensão e estrutura da empresa, da complexidade das atividades e processos de venda em que trabalha e da sua experiência de trabalho; em última análise, será determinado pelo gestor/decisor a quem presta contas. As suas ações e decisões autónomas terão impacto no desenvolvimento de uma economia mais sustentável e mais verde.

O/a Técnico/a Especialista em Comércio Internacional trabalha sob validação regular do seu/sua responsável hierárquico.