

## REFERENCIAL DE FORMAÇÃO

*EM VIGOR*



Área de Formação

341. Comércio

Itinerário de Formação

34105 - *Marketing*

Código e Designação  
do Referencial de  
Formação

341027 - *Técnico/a de Marketing*

Nível de Formação: 3

Modalidades de  
desenvolvimento

Educação e Formação de Adultos – Tipologias de nível secundário  
Formação Modular

Observações

**Assistente a Clientes**



## 5.2. Formação Tecnológica

0423

Gestão e *marketing* - princípios básicos

Carga horária  
25 horas

### Objectivo(s)

- Definir o conceito de *marketing* enquanto filosofia de gestão, reconhecendo a sua importância como ferramenta de satisfação do cliente.

### Conteúdos

- *Marketing* - uma filosofia de gestão
- Evolução do *marketing*
- *Marketing* nas empresas
- Funções do *marketing*
- *Marketing* estratégico e operacional
- Centralidade no cliente

0425

Mercado - comercialização e segmentação

Carga horária  
25 horas

### Objectivo(s)

- Aplicar os conhecimentos de análise de mercados com vista a segmentar e comercializar os serviços/produtos da empresa.

### Conteúdos

- Etapas da comercialização
  - Fase de produção
  - Fase de vendas
  - Fase de *marketing*
- Noção de concorrência
- Concorrência e suas implicações
- Segmentação de mercados
- Ciclo de vida de um mercado
  - Fase de lançamento
  - Fase de crescimento
  - Fase de maturação
  - Fase de declínio

0426

Mercado - características e benefícios

Carga horária  
25 horas

### Objectivo(s)

- Identificar as características e os benefícios dos diferentes tipos de mercado, reconhecendo a influência das variáveis de mercado na actividade comercial.

### Conteúdos

- Características e benefícios
- Mercado real e mercado potencial
- Variáveis de mercado

0377

Comportamento do consumidor

Carga horária  
25 horas

**Objectivo(s)**

- Identificar e analisar os principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra.

**Conteúdos**

- Variáveis explicativas
- Análise do processo de tomada de decisão
- Intervenientes no processo de decisão de compra
- Riscos ponderados
- Critérios de avaliação do serviço
- Tipologia de clientes

0427

*Marketing* - centralidade no cliente

Carga horária  
25 horas

**Objectivo(s)**

- Identificar e caracterizar o cliente, reconhecendo a importância das estratégias de fidelização no estabelecimento de uma relação de parceria negocial.

**Conteúdos**

- Cliente - um bem precioso
- Noção de cliente e de consumidor
- Evolução de vendedor para parceiro negocial
- Influência do consumidor na caracterização do produto
- Elementos decisórios da compra
  - Nas famílias
  - Nas organizações
- Ciclo de vida da família
  - Solteiro
  - Casais recém casados
  - Ninho cheio
  - Ninho vazio
  - Solitário
- Família e as decisões de compra
  - Iniciador
  - Influenciador
  - Decisor
  - Comprador
  - Usuário

0428

Língua inglesa - estudos de mercado e *marketing mix*

Carga horária  
50 horas

**Objectivo(s)** • Aplicar vocabulário específico da língua inglesa aos estudos de mercado e *marketing mix*.

**Conteúdos**

- Linguagem básica aplicada aos estudos de mercado e *marketing mix*
- Linguagem técnica da área profissional

0429

Serviços - princípios básicos

Carga horária  
25 horas

**Objectivo(s)** • Definir os principais conceitos e características dos serviços.

**Conteúdos**

- Noções de serviço
- Definições de serviços
- Tipos de serviços
- Características fundamentais dos serviços
  - Intangibilidade
  - Heterogeneidade
  - Inseparabilidade entre produção e consumo
  - Diversidade de serviços
- Classificação de serviços

0431

Qualidade e satisfação nos serviços

Carga horária  
25 horas

**Objectivo(s)** • Aplicar as técnicas de satisfação do cliente com base nos critérios de qualidade da empresa.

**Conteúdos**

- Modelo SERVQUAL
- Qualidade percebida – conceitos
- Necessidades e desejos do consumidor
- Critérios e instrumentos de avaliação da satisfação dos clientes
- Relacionamento com os clientes

0432

Estratégias de fidelização

Carga horária  
25 horas

**Objectivo(s)** • Aplicar estratégias de fidelização de clientes.

**Conteúdos**

- Conceito e objectivos da fidelização
- Mecanismos que afectam a relação com o cliente e a sua fidelização
- Estratégias de fidelização

0437

Criatividade em comunicação

Carga horária  
50 horas

**Objectivo(s)**

- Organizar e analisar *briefing* de comunicação, desenvolvendo planos de comunicação criativos tendo em conta os objectivos estipulados.

**Conteúdos**

- *Briefing* e o *Ad Brief*
- Eixo da comunicação
- Conceito ou ideia criativa
- Ideia criativa
- Criatividade e inspiração
- Processo criativo
- Métodos de estimulação da criatividade
- Avaliação de ideias