



REFERENCIAL COMUM DE CERTIFICAÇÃO (Unidades de Certificação)

Comércio Internacional



Projecto financiado com o apoio da Comissão Europeia
A informação contida nesta publicação vincula exclusivamente o autor, não sendo
a Comissão responsável pela utilização que dela possa ser feita.

Quadro Descritivo das Unidades de Certificação definidas em comum

Unidades de Certificação	Competências Funcionais/ Saberes-Fazer (Skills)	Atitudes Profissionais/ Competências Sociais e Relacionais (Competences)	Saberes/ Conhecimentos (Knowledge)
UC1: Marketing Internacional			
UC11 Estudos de mercado e abordagem aos mercados estrangeiros	<p>UC11S1 Realizar uma monitorização comercial internacional permanente (pesquisa documental), recolher dados e informações no estrangeiro, assegurar-se da sua fiabilidade e relevância face à pesquisa</p> <p>UC11S2 Analisar e seleccionar a informação comercial e identificar os constrangimentos regulamentares dos mercados estrangeiros</p> <p>UC11S3 Elaborar o caderno de encargos para a subcontratação de estudos de mercado e assegurar a coordenação da sua implementação no mercado estrangeiro</p> <p>UC11S4 Formular recomendações para o estabelecimento de um plano de acção operacional em conformidade com a política comercial da empresa e com as conclusões da análise-diagnóstico do mercado estrangeiro</p>	<p>UC11WC1 Estabelecer as prioridades de trabalho, definir o plano de trabalho e ser autónomo na organização do seu trabalho</p> <p>UC11WC2 Estar atento às oportunidades e às ameaças existentes no mercado</p> <p>UC11WC3 Adoptar um modo de raciocínio comercial</p>	<p><u>1 Marketing internacional</u></p> <p>1.1 Orientação marketing</p> <p>1.2 Princípios e variáveis do marketing-mix</p> <p>1.3 Plano de marketing</p> <p>1.4 Monitorização e estudos de mercado</p> <p>1.5 Análise-diagnóstico da exportação</p> <p>1.6 Estratégia de internacionalização</p> <p>1.7 Redes de apoio à internacionalização</p> <p><u>2 Informática/ICT</u></p> <p>2.1 Técnicas de pesquisa de informação</p> <p><u>3 Contexto</u></p> <p><u>3.1 Económico</u></p> <p>3.1.1 Indicadores económicos, humanos e sociais</p> <p>3.1.2 Indicadores de comércio internacional/balança de transacções</p> <p>3.1.3 Inserção da economia nacional na economia internacional</p> <p>3.1.4 Princípios de organização do comércio internacional</p> <p>3.1.5 Principais tendências do comércio mundial</p> <p><u>3.2 Geopolítico</u></p> <p>3.2.1 Zonas específicas</p>

	<p>UC11S5 Analisar e estabelecer uma síntese da informação recolhida</p>		<p>3.2.2 <i>Ratings</i> e riscos dos países 3.2.3 Identidades 3.2.4 Recursos naturais e humanos 3.3 Regulamentar e jurídico 3.3.1 Regime jurídico 3.3.2 Campo de regulamentação (normas, certificação, intercâmbios de regulamentos) 3.3.3 Quadro jurídico internacional 3.3.4 Regime aduaneiro e fiscal</p> <p>4 Ferramentas de gestão 4.1 Análise estatística (estatísticas descritivas e métodos de previsão)</p> <p>5. Comunicação 5.1 Comunicação escrita profissional</p>
<p>UC12 Sistema de informação comercial</p>	<p>UC12S1 Recorrer às técnicas adequadas para recolher a informação disponível nos mais diversos suportes</p> <p>UC12S2 Organizar e avaliar o processo de recolha e de tratamento da informação</p> <p>UC12S3 Utilizar e actualizar uma base de dados de contactos profissionais</p> <p>UC12S4 Actualizar e alimentar regularmente o sistema de informação/monitorização comercial</p> <p>UC12S5 Comunicar para preparar a decisão</p>	<p>UC12WC1 Monitorizar de forma metódica, informação crítica</p>	<p>2. Informática/ICT 2.2 Componentes e funcionalidades de uma configuração informática 2.3 Ferramentas de comunicação electrónica e trabalho colaborativo 2.4 Segurança de dados 2.5 Base de dados de clientes e <i>prospects</i></p> <p>5. Comunicação 5.2 Custo e eficiência da informação 5.3 Gestão da informação</p>

UC2: Vendas em Contexto Internacional (Exportação)

<p>UC21 Prospecção e acompanhamento dos clientes/parceiros</p>	<p>UC21S1 Identificar e seleccionar os mercados-alvo de acordo com as características específicas dos mercados estrangeiros</p> <p>UC21S2 Avaliar o “valor” dos actuais clientes</p> <p>UC21S3 Organizar a prospecção e comunicar com os potenciais clientes</p> <p>UC21S4 Analisar, avaliar e acompanhar a prospecção</p> <p>UC21S5 Criar, gerir e actualizar uma rede multicultural de contactos relevantes</p> <p>UC21S6 Dinamizar uma rede de vendas e uma carteira de clientes</p>	<p>UC21WC1 Comunicar com os contactos, utilizar e aumentar a rede de contactos profissionais</p> <p>UC21WC2 Ser leal e ter em conta os interesses da empresa</p> <p>UC21WC3 Trabalhar em equipa</p>	<p>1. Marketing internacional</p> <p>1.8 Plano de prospecção internacional</p> <p>1.9 Análise da procura do mercado</p> <p>1.10 Análise comercial e financeira dos clientes actuais e dos <i>prospects</i></p> <p>1.11 A qualidade do serviço a clientes</p> <p>1.12 Redes de distribuição internacional</p> <p>5. Comunicação</p> <p>5.4 Comunicação interpessoal (comunicação verbal, não verbal, técnicas de condução de reuniões/entrevistas pessoais e telefónicas)</p> <p>5.5 Comunicação escrita (ferramentas de comunicação escrita externa – correspondência comercial)</p> <p>6. Línguas estrangeiras</p>
<p>UC22 Negociação</p>	<p>UC22S1 Elaborar uma oferta comercial ajustada</p> <p>UC22S2 Preparar e organizar uma venda</p> <p>UC22S3 Negociar, numa língua estrangeira, com clientes/parceiros estrangeiros</p>	<p>UC22WC1 Praticar uma escuta activa e ser empático</p>	<p>1. Marketing internacional</p> <p>1.13. Definição e adaptação de uma oferta comercial (produto/serviço)</p> <p>7. Negociação</p> <p>7.1 Estratégias e técnicas de negociação</p> <p>7.2 Ferramentas de apoio à venda (técnicas de argumentação, suportes de apoio à venda, ...)</p> <p>7.3 Relatórios comerciais</p> <p>4. Ferramentas de gestão</p> <p>4.2 Custos, margens, preços e tarifas aduaneiras</p> <p>4.3 Análise estatística das vendas</p> <p>4.4 Análise do “valor” do cliente</p> <p>4.5 Orçamento de tesouraria e de vendas</p>

			4.6 Facturação, IVA <u>6. Línguas estrangeiras</u>
UC3: Compras em Contexto Internacional (Importação)			
UC31 Identificação e selecção de potenciais fornecedores	UC31S1 Identificar os potenciais fornecedores UC31S2 Seleccionar os potenciais fornecedores	UC31WC1 Preparar um plano de trabalho e uma lista de prioridades UC31WC2 Assegurar-se do respeito pelas normas de qualidade	<u>8. Marketing das compras</u> 8.1 Política de compras 8.2 Circuitos e redes de aprovisionamento 8.3 Princípios de funcionamento das centrais de compras, plataformas de compras, leilões on-line, <i>e-sourcing</i> e <i>e-procurement</i> 8.4 Modalidades de pesquisa dos potenciais fornecedores 8.5 Critérios de selecção dos potenciais fornecedores
UC32 Organização da negociação de compra	UC32S1 Enviar um pedido de proposta/consulta aos fornecedores pré-seleccionados UC32S2 Preparar e organizar a negociação com um fornecedor estrangeiro UC32S3 Avaliar as propostas e os fornecedores	UC32WC1 Adoptar uma atitude leal e saber preservar os interesses da sua empresa	<u>8. Marketing das compras</u> 8.6 Processo de compra e identificação das necessidades de aprovisionamento e suas especificações 8.7 Pedidos de proposta/consultas internacionais 8.8 Regimes aduaneiros e gestão de riscos 8.9 Ferramentas e métodos de comparação e avaliação das propostas e dos fornecedores 8.10 Contrato de compras/aprovisionamento 8.11 Condições gerais das compras <u>4 Ferramentas de gestão</u> 4.7 Gestão dos aprovisionamentos 4.8 Componentes do preço de custo da importação 4.9 Orçamentos de aprovisionamentos e de compras 4.10 Modalidades e instrumentos de avaliação do desempenho dos fornecedores <u>7. Negociação</u> 7.4 A negociação nas compras

UC4: Gestão das Operações de Comércio Internacional

<p>UC41 Seleção de prestadores de serviços para as operações de comércio internacional</p>	<p>UC41S1 Identificar e pesquisar prestadores de serviços para as operações de comércio internacional (seguros, logística, financiamento)</p> <p>UC41S2 Fazer uma análise qualitativa e quantitativa dos prestadores de serviços com base em critérios previamente estabelecidos</p> <p>UC41S3 Avaliar o desempenho dos prestadores de serviços</p> <p>UC41S4 Comunicar e negociar com os potenciais prestadores de serviços</p> <p>UC41S5 Fornecer os elementos necessários aos serviços competentes da empresa, tendo por objectivo a realização de contratos de parceria ou de prestação de serviços</p>		<p>2. Informática/ICT 2.7 Sistemas de gestão das operações de comércio internacional 2.8 EDE (<i>electronic data exchange</i>) e Web EDE</p> <p>9 Gestão 9.1 Decisão e processo de tomada de decisão 9.2 Gestão de projectos</p> <p>10 Técnicas de comércio internacional 10.1 Prestadores de serviços das operações internacionais 10.2 Critérios de seleção dos potenciais prestadores de serviços 10.3 Escolha entre a externalização e a internalização das operações de comércio internacional 10.4 Acompanhamento dos prestadores de serviços seleccionados</p>
<p>UC42 Gestão administrativa, processual e documental das operações</p>	<p>CUC42S1 Coordenar o processo administrativo das compras e das vendas</p> <p>UC42S2 Acompanhar a cadeia documental (importação e exportação)</p> <p>UC42S3 Propor e implementar soluções alternativas e adaptadas de forma a ultrapassar as dificuldades encontradas</p> <p>UC42S4 Controlar a qualidade</p>	<p>UC42WC1 Assegurar-se do bom desenvolvimento das operações, implementando procedimentos adequados e evitando problemas e conflitos</p> <p>CUC42WC2 Distribuir eficazmente o tempo e</p>	<p>10 Técnicas de Comércio Internacional 10.5 Logística internacional 10.6 Incoterms 10.7 Meios de transporte, armazenagem, tarifas, contratos 10.8 Gestão da cadeia documental das operações internacionais 10.9 Sistemas de pagamento/cobrança internacional 10.10 Instrumentos de financiamento das operações comerciais correntes (exportação e importação) 10.11 Gestão dos procedimentos aduaneiros 10.12 Riscos e tipos de cobertura (comercial e político, transportes, não conformidades,...)</p>

	UC42S5 Assegurar a gestão da qualidade do serviço aos clientes (<i>Service Relationship Management-SRM</i>)	os recursos UC42WC3 Estabelecer relações estáveis com os parceiros adequados	10.13 Contratos de venda e de distribuição num contexto internacional 10.14 Política de preços 10.15 Gestão de incidentes 10.16 Propriedade intelectual, patentes e marcas registadas 4. Ferramentas de gestão 4.11. Gestão das contas-cliente e gestão da tesouraria 4.12. Instrumentos de Monitorização – <i>Tableaux de bord</i> 4.13. Cálculo financeiro 9 Gestão 9.3. Planeamento e gestão do tempo
UC5: Gestão das Relações num Contexto Multicultural			
UC51 Língua estrangeira aplicada ao contexto profissional A	UC51S1 Carteira europeia de línguas – nível B2		
UC52 Língua estrangeira aplicada ao contexto profissional B	UC52S1 Carteira europeia de línguas – nível B2		
UC53 Gestão e comunicação intercultural	UC53S1 Reunir, analisar e seleccionar informações acerca dos processos de decisão e acerca dos métodos de negociação nos diferentes países	UC53WC1 Tirar partido da sua experiência, implementar boas práticas	11. Gestão e comunicação intercultural 11.1 Modelos de comunicação intercultural 11.2 Modelos de gestão intercultural 11.3 Gestão de equipas multiculturais (comunicação interpessoal, reuniões, comunicação em grupo)

	<p>UC53S2 Reunir informações acerca das práticas sociais e culturais de forma a comunicar eficazmente com os contactos estrangeiros</p> <p>UC53S3 Integrar, implementar e alimentar a rede multicultural de contactos internacionais</p> <p>UC53S4 Dinamizar, estimular e gerir a rede de clientes e de contactos</p>	<p>UC53WC2 Tomar em consideração as diferenças culturais do mundo dos negócios</p>	<p>11.4 Práticas culturais (hábitos e costumes)</p> <p><u>3 Contexto</u></p> <p>3.3.5 Regime jurídico das relações laborais (Código do Trabalho)</p> <p><u>1. Marketing internacional</u></p> <p>1.13 Dinamização da rede de vendas (agentes, importadores, distribuidor final, equipas virtuais, remunerações, motivação, incentivos, controle)</p>
--	---	--	--

UNIDADES E SUB-UNIDADES DE CERTIFICAÇÃO E UNIDADES DE FORMAÇÃO

Unidades e Sub-Unidades de Certificação	Unidades de Formação
UC1: Marketing Internacional	
UC11 Estudos de mercado e abordagem aos mercados estrangeiros	Marketing e estudos de mercado
UC12 Sistema de informação comercial	Competências em informática
	Gestão de sistemas de informação
UC2: Vendas em Contexto Internacional (Exportação)	
UC21 Prospecção e acompanhamento dos clientes/parceiros	Gestão das relações comerciais
UC22 Negociação	Técnicas de negociação e venda
UC3: Compras em Contexto Internacional (Importação)	
UC31 Identificação e selecção de potenciais fornecedores	Gestão das importações e aprovisionamentos
UC32 Organização da negociação de compra	
UC4: Gestão das Operações de Comércio Internacional	
UC41 Selecção de prestadores de serviços para as operações de comércio internacional	Operações de comércio internacional
UC42 Gestão administrativa, processual e documental das operações	
UC5: Gestão das Relações num Contexto Multicultural	
UC51 Língua estrangeira aplicada ao contexto profissional A	Espanhol
UC52 Língua estrangeira aplicada ao contexto profissional B	Língua inglesa aplicada
UC53 Gestão e comunicação intercultural	Gestão intercultural e comunicação
	Princípios de direito e economia internacional