



## Atendimento aos Clientes

### Destinatários

Profissionais de atendimento ao público, responsáveis de departamentos de vendas, comerciais e outros em geral.

### Requisitos de acesso

9º Ano de Escolaridade.

### Modalidade de Formação

Formação Contínua.

### Objetivo Geral

Aperfeiçoar ou desenvolver competências na área de Atendimento ao Cliente.

### Objetivo Específico

Pretende-se que no final da formação o(s) participante(s) seja(m) capaz(es) de:

- Desenvolver estratégias e competências para a promoção de um atendimento de maior qualidade.

### Conteúdo Programático

1. Comunicação interpessoal
2. O Comportamento do cliente
3. Atendimento e imagem do serviço
4. Técnicas de gestão de conflitos
5. Técnicas de Atendimento

### Forma de Organização

Forma Presencial.

### Métodos Pedagógicos

Método: Ativo e Expositivo.

### Técnicas Pedagógicas

Meios Audiovisuais (a utilizar em função das necessidades do formador); Role-playing.

### Avaliação (Metodologias/Instrumentos)

Contínua efetuada pelo(s) formador(es) em função dos critérios: Domínio dos Conteúdos, Participação, Envolvimento Grupal, Originalidade/Criatividade, Rigor na Aplicação Prática, Assiduidade.

A Avaliação referenciada é efetuada ao longo do percurso formativo com discussão e apresentação de casos e trabalhos, podendo haver testes escritos no final do módulo, sobre o teor dos respetivos cursos.

### Recursos Materiais e Pedagógicos

Atividades, casos práticos, entre outros. Apresentações PowerPoint, Computador; Projetor de vídeo e outros equipamentos solicitados pelos formadores.

### **Certificação da Formação**

Certificado de Formação Profissional (Portaria nº 474/2010 de 08 de Julho) caso frequente pelo menos 85% das aulas e tenha avaliação final positiva, superior a 10 (escala de 0-20).

Certificado de Frequência de Formação aos formandos que não atinjam os objetivos pedagógicos propostos, sendo a sua avaliação inferior a 10 (escala de 0-20).

### **Formador**

O formador deverá possuir CAP e [licenciatura](#) em área relevante e experiência profissional e/ou pedagógica mínima de 3 anos.

### **Carga Horária**

30 Horas.

### **Instalações e equipamentos**

A sala deve estar equipada com mesas, cadeiras, quadro de porcelana, ecrã, videoprojector, computador. Deverá ainda ser articulado com o Formador os materiais/equipamentos específicos necessários ao bom desempenho da formação.

## Avaliações Imobiliárias

### Destinatários

Quadros Técnicos, Gerentes, Administradores, Diretores, Gestores e funcionários de Sociedades de Mediação Imobiliária. Peritos Avaliadores.

### Requisitos de acesso

Não existentes.

### Modalidade de Formação

Formação Contínua.

### Objetivo Geral

Compreender e implementar as distintas metodologias da Avaliação Imobiliária.

### Objetivo Específico

Pretende-se que no final da formação o(s) participante(s) seja(m) capaz(es) de:

- Dominar os princípios básicos de Avaliação Imobiliária;
- Utilizar um vocabulário técnico básico no âmbito do curso.

### Conteúdo Programático

1. Introdução ao Mercado Imobiliário;
2. Ética na Mediação Imobiliária;
3. Princípios e Técnicas de Mediação Imobiliária;
4. Uniformização de vocabulário e conceitos;
5. Avaliar: para que fim e o quê;
6. Interpretação das peças escritas e desenhadas. RGEU;
7. Métodos de avaliação;
8. Técnicas e estruturas de custo;
9. Abordagem de casos práticos;
10. Métodos de custos;
11. Método comparativo;
12. Interpretação de resultados e emissão de relatório

### Forma de Organização

Forma Presencial.

### Métodos Pedagógicos

Método: Expositivo e Ativo.

### Técnicas Pedagógicas

Recurso a exemplos e exercícios de casos práticos. Exposição com apoio de audiovisuais. Discussão e debates.

### **Avaliação (Metodologias/Instrumentos)**

Contínua, de acordo com os critérios de avaliação definidos para cada módulo pelo formador/a; Sumativa com base nas atividades e trabalhos efetuados, práticas de técnicas individuais.

Ponderação de Critérios como: domínio dos conteúdos, participação, envolvimento grupal, originalidade / criatividade, rigor na aplicação da prática e assiduidade essenciais a um bom desempenho profissional futuro.

### **Recursos Materiais e Pedagógicos**

Atividades, casos práticos, entre outros. Apresentações PowerPoint, Computador; Projetor de vídeo e outros equipamentos solicitados pelos formadores.

### **Certificação da Formação**

Certificado de Formação Profissional (Portaria nº 474/2010 de 08 de Julho) caso frequente pelo menos 85% das aulas e tenha avaliação final positiva, superior a 10 (escala de 0-20).

Certificado de Frequência de Formação aos formandos que não atinjam os objetivos pedagógicos propostos, sendo a sua avaliação inferior a 10 (escala de 0-20).

### **Formador**

Licenciado na Área do Curso com CAP, experiência pedagógica e profissional subjacentes.

### **Carga Horária**

14 Horas.

### **Instalações e equipamentos**

A sala deve estar equipada com mesas, cadeiras, quadro de porcelana, ecrã, videoprojector, computador. Deverá ainda ser articulado com o Formador os materiais/equipamentos específicos necessários ao bom desempenho da formação.

## Estratégias de Marketing na negociação e na venda

### Destinatários

Técnicos comerciais, vendedores e delegados comerciais.

### Requisitos de acesso

Não existentes.

### Modalidade de Formação

Formação Contínua.

### Objetivo Geral

Dotar os participantes, através de treinos práticos de situações devidamente identificadas e planeadas, dos conhecimentos e competências profissionais nas Estratégias Competitivas nas áreas de Negociação e Venda.

### Objetivo Específico

Pretende-se que no final da formação o(s) participante(s) seja(m) capaz(es) de:

- Preparar metodicamente cada contacto comercial;
- Detetar as necessidades e critérios de decisão do cliente;
- Apresentar a oferta de forma persuasiva;
- Dominar o tratamento das objeções;
- Usar técnicas de fecho de venda

### Conteúdo Programático

1. Conhecer o perfil de competências de um comercial
2. Saber gerir o tempo de forma rentável: frequência de contactos, organização de rotas, acompanhamento dos clientes...
3. Organizar-se e planejar os contactos comerciais
4. Criar e manter um clima de confiança com o cliente
5. Comunicação verbal e não-verbal: os erros a evitar.
6. Como criar um clima de concordância progressiva.
7. Identificar necessidades e motivações de compra
8. Argumentar de forma persuasiva, responder eficazmente às objeções do cliente
9. Fechar a venda – o momento da verdade

### Forma de Organização

Forma Presencial.

### **Métodos Pedagógicos**

Método: Ativo e Expositivo.

### **Técnicas Pedagógicas**

Trabalhos de grupo; exercícios práticos individuais; roleplaying de venda.

### **Avaliação (Metodologias/Instrumentos)**

Continua, efetuada pelo formador em função dos critérios: domínio dos conteúdos, participação, envolvimento grupal, originalidade / criatividade, rigor na aplicação da prática e assiduidade.

### **Recursos Materiais e Pedagógicos**

Atividades, casos práticos, entre outros. Apresentações PowerPoint, Computador; Projetor de vídeo e outros equipamentos solicitados pelos formadores.

### **Certificação da Formação**

Certificado de Formação Profissional (Portaria nº 474/2010 de 08 de Julho) caso frequente pelo menos 85% das aulas e tenha avaliação final positiva, superior a 10 (escala de 0-20).

Certificado de Frequência de Formação aos formandos que não atinjam os objetivos pedagógicos propostos, sendo a sua avaliação inferior a 10 (escala de 0-20).

### **Formador**

O formador deverá possuir CAP e [licenciatura](#) em área relevante e experiência profissional e/ou pedagógica mínima de 3 anos.

### **Carga Horária**

14 Horas.

### **Instalações e equipamentos**

A sala deve estar equipada com mesas, cadeiras, quadro de porcelana, ecrã, videoprojector, computador. Deverá ainda ser articulado com o Formador os materiais/equipamentos específicos necessários ao bom desempenho da formação.

## Gestão de equipas de vendas

### Destinatários

Gestores comerciais. Diretores regionais, gestores de área. Key Account Managers. Gestores de equipas comerciais. Gestores de call centres.

### Requisitos de acesso

Não existentes.

### Modalidade de Formação

Formação Contínua.

### Objetivo Geral

Encarar a mudança como uma oportunidade, lidando eficazmente com a pressão inerente à instabilidade do mercado.

### Objetivo Específico

Pretende-se que no final da formação o(s) participante(s) seja(m) capaz(es) de:

- Conduzir o desempenho da equipa de vendas;
- Utilizar com flexibilidade ferramentas de liderança na venda;
- Mobilizar e motivar a sua força de vendas em direção a um objetivo

### Conteúdo Programático

1. O papel do gestor comercial
2. Reduzir o impacto de imprevistos
3. Recuperar após um imprevisto
4. Motivar a equipa
5. Manter o envolvimento individual

### Forma de Organização

Forma Presencial.

### Métodos Pedagógicos

Método: Expositivo.

### Técnicas Pedagógicas

Partilha de experiências, alternando os contributos teóricos e as reflexões entre o grupo de participantes; Exposições pelo formador, complementadas com exercícios, trocas de experiências e reflexões com o grupo de participantes; Exercícios de simulação para treino de técnicas abordadas.



### **Avaliação (Metodologias/Instrumentos)**

Continua, efetuada pelo formador em função dos critérios: domínio dos conteúdos, participação, envolvimento grupal, originalidade / criatividade, rigor na aplicação da prática e assiduidade.

### **Recursos Materiais e Pedagógicos**

Atividades, casos práticos, entre outros. Apresentações PowerPoint, Computador; Projetor de vídeo e outros equipamentos solicitados pelos formadores.

### **Certificação da Formação**

Certificado de Formação Profissional (Portaria nº 474/2010 de 08 de Julho) caso frequente pelo menos 85% das aulas e tenha avaliação final positiva, superior a 10 (escala de 0-20).

Certificado de Frequência de Formação aos formandos que não atinjam os objetivos pedagógicos propostos, sendo a sua avaliação inferior a 10 (escala de 0-20).

### **Formador**

O formador deverá possuir CAP e [licenciatura](#) em área relevante e experiência profissional e/ou pedagógica mínima de 3 anos.

### **Carga Horária**

20 Horas.

### **Instalações e equipamentos**

A sala deve estar equipada com mesas, cadeiras, quadro de porcelana, ecrã, videoprojector, computador. Deverá ainda ser articulado com o Formador os materiais/equipamentos específicos necessários ao bom desempenho da formação.

## Legislação no Imobiliário

### Destinatários

Quadros Técnicos, Gerentes, Administradores, Diretores, Gestores e funcionários de Sociedades de Mediação Imobiliária. Peritos Avaliadores.

### Requisitos de acesso

Licenciatura nas diferentes áreas do Direito, Gestão, Arquitetura e/ou Engenharia. Curso IEPF nível 3.

### Modalidade de Formação

Formação Contínua.

### Objetivo Geral

Obtenção de conhecimentos e competências sobre a componente da legislação no sector imobiliário.

### Objetivo Específico

Pretende-se que no final da formação o(s) participante(s) seja(m) capaz(es) de:

- Dominar os principais conceitos legislativos tendo em conta o enquadramento do Direito e da Fiscalidade no Imobiliário.
- Utilizar um vocabulário, técnico, incidente no enquadramento jurídico sobre o âmbito do curso.

### Conteúdo Programático

1. Regime Jurídico da Mediação e Angariação Imobiliária: Decreto – Lei nº 211/2004 de 20 de Agosto versus D.L. 77/99 e Portarias Regulamentares. Decreto – Lei nº 69/2011 de 15/6. Decreto – Lei nº 325/99 de 2 de Dezembro: Deveres e obrigações das Entidades Mediadoras;
2. O Contrato de Mediação Imobiliária;
3. Responsabilidade civil e criminal do Mediador Imobiliário;
4. Direitos, Deveres e Procedimento perante o Organismo com competência para licenciar e fiscalizar a Atividade;
5. O Direito no Imobiliário;
6. A Fiscalidade no Imobiliário.

### Forma de Organização

Forma Presencial.

### Métodos Pedagógicos

Método: Expositivo, Interrogativo e Demonstrativo.

### Técnicas Pedagógicas

Recurso a exemplos e exercícios com aplicação prática.  
Exposição com apoio de audiovisuais. Demonstração, discussão e debates.

### **Avaliação (Metodologias/Instrumentos)**

Contínua, de acordo com os critérios de avaliação definidos para cada módulo pelo formador/a; Sumativa com base nas atividades e trabalhos efetuados, práticas de técnicas individuais.

Ponderação de Critérios como: domínio dos conteúdos, participação, envolvimento grupal, originalidade / criatividade, rigor na aplicação da prática e assiduidade essenciais a um bom desempenho profissional futuro.

### **Recursos Materiais e Pedagógicos**

Atividades, casos práticos, entre outros. Apresentações PowerPoint, Computador; Projetor de vídeo e outros equipamentos solicitados pelos formadores.

### **Certificação da Formação**

Certificado de Formação Profissional (Portaria nº 474/2010 de 08 de Julho) caso frequente pelo menos 85% das aulas e tenha avaliação final positiva, superior a 10 (escala de 0-20).

Certificado de Frequência de Formação aos formandos que não atinjam os objetivos pedagógicos propostos, sendo a sua avaliação inferior a 10 (escala de 0-20).

### **Formador**

Licenciado na Área da Formação com CAP, experiência pedagógica e profissional subjacentes.

### **Carga Horária**

21 Horas.

### **Instalações e equipamentos**

A sala deve estar equipada com mesas, cadeiras, quadro de porcelana, ecrã, videoprojector, computador. Deverá ainda ser articulado com o Formador os materiais/equipamentos específicos necessários ao bom desempenho da formação.

## Técnicas comerciais para o setor imobiliário

### Destinatários

Quadros Técnicos, Gerentes, Administradores, Diretores, Gestores e funcionários de Sociedades de Mediação Imobiliária. Peritos Avaliadores.

### Requisitos de acesso

Não existentes.

### Modalidade de Formação

Formação Contínua.

### Objetivo Geral

Obtenção de conhecimentos e competências sobre as técnicas de venda, comunicação e comercialização na vertente imobiliária.

### Objetivo Específico

Pretende-se que no final da formação o(s) participante(s) seja(m) capaz(es) de:

- Identificar os principais conceitos comerciais no sector imobiliário;
- Saber ouvir os clientes e detetar as suas principais necessidades;
- Aplicar as diferentes técnicas de negociação comerciais.

### Conteúdo Programático

1. Técnicas de Venda: relações humanas e comerciais, otimização do ato de venda; construção da base de dados de clientes. Estudos de Mercado;
2. Gestão Estratégica e planeamento de Marketing;
3. Distribuição e merchandising de serviços;
4. Publicidade: o briefing publicitário; meios de comunicação.

### Forma de Organização

Forma Presencial.

### Métodos Pedagógicos

Método: Expositivo, Ativo, Interrogativo e Demonstrativo.

### Técnicas Pedagógicas

Recurso a exemplos e estudo de casos práticos.  
Exposição interativa com apoio de audiovisuais.  
Demonstração, simulação, discussão e debates.

### Avaliação (Metodologias/Instrumentos)

Contínua, de acordo com os critérios de avaliação definidos para cada módulo pelo formador/a; Sumativa com base nas atividades e trabalhos efetuados, práticas de técnicas individuais.  
Ponderação de Critérios como: domínio dos conteúdos, participação, envolvimento grupal, originalidade / criatividade, rigor na aplicação da prática e assiduidade essenciais a um bom desempenho profissional futuro.

### **Recursos Materiais e Pedagógicos**

Atividades, casos práticos, entre outros. Apresentações PowerPoint, Computador; Projetor de vídeo e outros equipamentos solicitados pelos formadores.

### **Certificação da Formação**

Certificado de Formação Profissional (Portaria nº 474/2010 de 08 de Julho) caso frequente pelo menos 85% das aulas e tenha avaliação final positiva, superior a 10 (escala de 0-20).

Certificado de Frequência de Formação aos formandos que não atinjam os objetivos pedagógicos propostos, sendo a sua avaliação inferior a 10 (escala de 0-20).

### **Formador**

Licenciado na Área da Formação, com CAP, experiência pedagógica e profissional subjacentes.

### **Carga Horária**

14 Horas.

### **Instalações e equipamentos**

A sala deve estar equipada com mesas, cadeiras, quadro de porcelana, ecrã, videoprojector, computador. Deverá ainda ser articulado com o Formador os materiais/equipamentos específicos necessários ao bom desempenho da formação.

## Técnicas de Venda

### Destinatários

Vendedores, Técnicos comerciais e todos os profissionais que exerçam funções na área das técnicas de vendas.

### Requisitos de acesso

9º Ano de Escolaridade.

### Modalidade de Formação

Formação Contínua.

### Objetivo Geral

Aperfeiçoar ou desenvolver competências na área de Técnicas de Venda.

### Objetivo Específico

Pretende-se que no final da formação o(s) participante(s) seja(m) capaz(es) de:

- Detetar e criar necessidades no cliente;
- Identificar as etapas de um processo de venda;
- Identificar a importância do serviço de pós-venda e a fidelização do cliente

### Conteúdo Programático

1. Bases para a introdução ao estudo de mercado
2. Produto
3. Preço
4. Fatores que influem no resultado do vendedor
5. A Sistemática de trabalho do vendedor
6. A Prospeção do Cliente
7. O Contacto do seguimento com o cliente
8. O contacto telefónico com Clientes
9. A Comunicação efetiva com o Cliente
10. A Expressão Oral
11. A Linguagem do Corpo
12. Plano de ação Individual
13. Plano de Acção de Melhoria

### Forma de Organização

Forma Presencial.

### Métodos Pedagógicos

Método: Ativo e Expositivo.

### **Técnicas Pedagógicas**

Exposição com recurso a meios Audiovisuais; Casos práticos; Role-playing.

### **Avaliação (Metodologias/Instrumentos)**

Continua, efetuada pelo formador em função dos critérios: domínio dos conteúdos, participação, envolvimento grupal, originalidade / criatividade, rigor na aplicação da prática e assiduidade.

### **Recursos Materiais e Pedagógicos**

Atividades, casos práticos, entre outros. Apresentações PowerPoint, Computador; Projetor de vídeo e outros equipamentos solicitados pelos formadores.

### **Certificação da Formação**

Certificado de Formação Profissional (Portaria nº 474/2010 de 08 de Julho) caso frequente pelo menos 85% das aulas e tenha avaliação final positiva, superior a 10 (escala de 0-20).

Certificado de Frequência de Formação aos formandos que não atinjam os objetivos pedagógicos propostos, sendo a sua avaliação inferior a 10 (escala de 0-20).

### **Formador**

O formador deverá possuir CAP e [licenciatura](#) em área relevante e experiência profissional e/ou pedagógica mínima de 3 anos.

### **Carga Horária**

60 Horas.

### **Instalações e equipamentos**

A sala deve estar equipada com mesas, cadeiras, quadro de porcelana, ecrã, videoprojector, computador. Deverá ainda ser articulado com o Formador os materiais/equipamentos específicos necessários ao bom desempenho da formação.

## Vitrinismo

### Destinatários

Profissionais e técnicos que desejam adquirir competências ao nível do vitrinismo.

### Requisitos de acesso

9º Ano de Escolaridade.

### Modalidade de Formação

Formação Contínua.

### Objetivo Geral

Aperfeiçoar ou desenvolver competências na área de Vitrinismo.

### Objetivo Específico

Pretende-se que no final da formação o(s) participante(s) seja(m) capaz(es) de:

- Identificar a importância do serviço de atendimento de qualidade ao cliente;
- Detetar e criar necessidades no cliente;
- Identificar as etapas de um processo de venda, justificando a importância do serviço pós-venda e a fidelização dos clientes;
- Aprender a decorar e dispor os elementos na montra.

### Conteúdo Programático

1. Atividade Comercial
2. Estatutos do Técnico de Vendas e suas Funções
3. Psicologia Aplicada às Vendas
4. O Espaço Comercial
5. Estudo dos Produtos
6. Promoção Comercial do Produto
7. A Exposição Comercial e seu Planeamento
8. Componentes na Organização de uma Exposição
9. A informatização da loja
10. Qualidade
11. Higiene e Segurança no Trabalho

### Forma de Organização

Forma Presencial.

### Métodos Pedagógicos

Método: Ativo e Expositivo.

### Técnicas Pedagógicas

Exposição com recurso a meios Audiovisuais; Casos práticos; Role-playing; Trabalho final - decoração de uma montra e exposição.



### **Avaliação (Metodologias/Instrumentos)**

Continua, efetuada pelo formador em função dos critérios: domínio dos conteúdos, participação, envolvimento grupal, originalidade / criatividade, rigor na aplicação da prática e assiduidade.

### **Recursos Materiais e Pedagógicos**

Atividades, casos práticos, entre outros. Apresentações PowerPoint, Computador; Projetor de vídeo e outros equipamentos solicitados pelos formadores.

### **Certificação da Formação**

Certificado de Formação Profissional (Portaria nº 474/2010 de 08 de Julho) caso frequente pelo menos 85% das aulas e tenha avaliação final positiva, superior a 10 (escala de 0-20).

Certificado de Frequência de Formação aos formandos que não atinjam os objetivos pedagógicos propostos, sendo a sua avaliação inferior a 10 (escala de 0-20).

### **Formador**

O formador deverá possuir CAP e [licenciatura](#) em área relevante e experiência profissional e/ou pedagógica mínima de 3 anos.

### **Carga Horária**

60 Horas.

### **Instalações e equipamentos**

A sala deve estar equipada com mesas, cadeiras, quadro de porcelana, ecrã, videoprojector, computador. Deverá ainda ser articulado com o Formador os materiais/equipamentos específicos necessários ao bom desempenho da formação.