

# ON-GOOD

## PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

### CAPÍTULO 1

#### *Caminhos de desenvolvimentos para uma expansão transfronteiriça bem sucedida*

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by  
the European Union

ON - GOOD

ON-LINE TRANSBORDER  
ACTIVITY READINESS OF SMALL  
AND MEDIUM GOODS  
PRODUCERS

2021-1-PL01-KA220-  
VET-000025108

# PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

## CAPÍTULO 1

### Resumo:

Tempo	Atividade	Exercício
35 min	Acolhimento e quebra-gelo	Atividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam. Título do exercício: Vamos conhecer-nos uns aos outros e ao jogo da vara!
	Teste inicial - uma visão geral rápida para verificar os conhecimentos dos formandos sobre os temas (pode ser um questionário individual ou uma atividade de brainstorming)	Algumas perguntas que iniciam o tema da aula, com o objetivo de testar os conhecimentos dos alunos sobre o tema.
45 min	Introdução ao módulo - resultados, pontos principais, etc.	Breve discurso introdutório com base na introdução do módulo (finalidades, objetivo, resultados da aprendizagem).
60 min	Exercícios interativos	Possíveis atividades que podem ser realizadas com base no conteúdo dos módulos - Exercício - Caso de estudo - Vídeos
30 min	Debate moderado	Discussão sobre os resultados dos exercícios - Os exercícios ajudaram-no a conhecer melhor a Expansão Internacional? - Houve alguma coisa que não tenha ficado clara ou que tenha sido difícil de compreender? - Gostou dos exercícios? Por favor, partilhe a sua opinião detalhada.
20 min	Questionário	Verificação dos conhecimentos
20 min	Conclusão final / Resumo	

### 1. Acolhimento

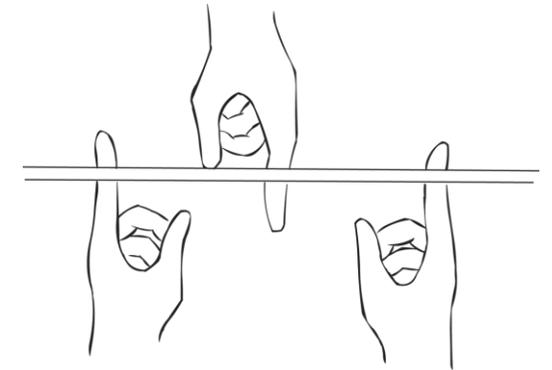
Atividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam.

*Vamos conhecer-nos uns aos outros e ao jogo da vara!*

Prepare folhas post-it e algumas canetas. Distribua uma por cada pessoa. Cada participante tem de escolher uma palavra que mais o descreva e porquê. Isto ajudará os participantes a conhecerem-se um pouco melhor.

O objetivo do jogo da vara é dar uma pista sobre a importância do trabalho em equipa quando pensamos em internacionalizar-nos. A vara cairá se não houver trabalho de equipa.

Ao mesmo tempo, o professor pode perguntar a cada participante: "Quais são as vossas expectativas em relação a esta formação?"

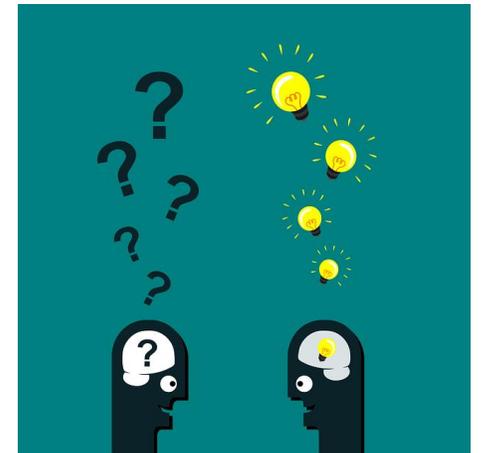


### 2. Teste inicial

Algumas perguntas que iniciam o tema da aula, de modo a testar os conhecimentos dos alunos sobre o tema.

#### BRAINSTORMING

1. O que significa expansão internacional?
2. O que tens de ter em conta quando pensas em expandir internacionalmente?
3. Quais são os principais tipos de expansão internacional?
4. Conhece alguma organização/website/portal europeu que possa ser útil se precisar de ajuda?



### 3. Introdução ao Módulo

Esta formação tem como objetivo reunir num só local, e apresentar aos formandos, um conhecimento mais aprofundado sobre a Expansão Internacional. Assim como alguns passos que devem ser dados para uma expansão internacional bem sucedida.

- A internacionalização é atualmente uma das soluções mais fortes para combater o encerramento global de muitos pequenos e médios produtores de bens, mas não só.
- Pode oferecer muitas vantagens, mas também acarreta uma série de riscos. É por isso que a ausência de um plano de expansão sólido pode levar as empresas ao fracasso. É crucial ter as estruturas e os recursos corretos, mas há outros aspetos que também devem ser levados em consideração.
- Após esta formação, espera-se que conheça os fundamentos da expansão internacional, a importância de ter uma estratégia, alguns tipos diferentes de expansão internacional e algumas ferramentas que o ajudarão a compreender melhor todo o conteúdo.

### *Competências*

Esta formação proporciona mais conhecimentos sobre os caminhos que as empresas devem seguir para uma expansão transfronteiriça bem sucedida.

- A importância de ter uma estratégia
- Conhecimentos relacionados com as 6 etapas mais importantes que as empresas precisam de assegurar
- Familiarizar-se com os 4 tipos de estratégias internacionais mais utilizados
- Conhecer alguns erros que podem ocorrer e como evitá-los

### *Exercícios interativos*

#### **Exercício 1: VERDADEIRO OU FALSO**

1. A globalização é apenas para as grandes empresas de topo.
2. Tudo o que precisa para se tornar global é um website.
3. Quando entram em novos mercados, as empresas não devem perder tempo com análises.
4. Observar a concorrência ajuda a determinar o que deve e não deve fazer enquanto organização global.
5. Antes de se tornar global, descubra como se tornar local.
6. Não basta apenas traduzir o conteúdo. É necessário definir uma estratégia para fazer ressoar o conteúdo nos seus mercados-alvo.



<https://www.lionbridge.com/blog/translation-localization/going-global-101-the-going-global-quiz/>

### Exercícios interativos

#### Exercício 1: VERDADEIRO OU FALSO

1. FALSO. Com as novas tecnologias e um mercado global cada vez mais interligado, tornar-se global hoje em dia é importante para qualquer empresa, especialmente quando se trata de exportar produtos.
2. FALSO. Ter um website abre-o a um público global.
3. FALSO. Entrar em cada mercado internacional com intenção. Planear para onde vai e como vai lá chegar.
4. VERDADEIRO. Uma pesquisa competitiva em qualquer lugar é a chave para uma estratégia de localização de primeira classe.
5. VERDADEIRO. As empresas globais de sucesso preparam a estratégia de localização no início - e não depois.
6. VERDADEIRO. Um processo eficaz de localização de conteúdos tem em conta vários elementos, incluindo a escolha de palavras, o tom e o meio digital preferido.



### Exercícios interativos

#### Exercício 2: CASO DE ESTUDO

Os participantes são divididos em grupos de 2 a 5 pessoas para responder às perguntas finais. *Uma cadeia de lojas de roupa de surf bem conhecida está a considerar expandir-se para os mercados internacionais, mas não tem a certeza se esta é uma boa ideia para o seu negócio - pode ajudá-los a decidir? Vamos ouvir algumas ideias.*

**Eddie:** Penso que ainda é um pouco cedo para nós. Há muitas oportunidades de crescimento em todo o país para novas lojas. Assim como muitas grandes cidades costeiras, para não mencionar as potenciais oportunidades nas principais cidades interestaduais.

**Anna:** Sim, temos muitas opções, mas qual é a melhor oportunidade para o futuro? Os mercados asiáticos estão a começar a crescer fortemente e muitas empresas estão a tentar entrar neles. Penso que não nos podemos dar ao luxo de entrar tarde.



<https://www.greatideasforteachingmarketing.com/should-we-expand-internationally/>

### Exercício 2: CASO DE ESTUDO

**Craig:** Quando falou em expansão internacional, estava a pensar em mercados com culturas de praia estabelecidas, como a Califórnia e a Florida. Se entrarmos no mercado asiático, poderemos ter de desenvolver esse mercado durante um longo período de tempo.

**Helen:** É certo que o mercado dos EUA está mais estabelecido, mas também é mais competitivo e, embora tenhamos uma marca forte a nível local, somos praticamente desconhecidos nos EUA.

**Billy:** Penso que isso é fácil de resolver - podemos simplesmente patrocinar alguns eventos de surf e surfistas populares - que é o que fazemos com sucesso aqui - não tenho a certeza se essas mesmas oportunidades promocionais estão disponíveis na Ásia.

**Ellen:** É por isso que penso que, nesta fase, nos devemos concentrar apenas no mercado local. O mercado internacional é um grande desafio, sem qualquer garantia de sucesso. Por isso, vamos cingir-nos ao mercado local, onde sabemos que seremos bem sucedidos.



<https://www.greatideasforteachingmarketing.com/should-we-expand-internationally/>

### Exercício 2: CASO DE ESTUDO

#### *Questões para debate*

- Quais são as razões a favor e contra a expansão internacional desta empresa?
- Existe alguma hipótese de se expandirem internacionalmente?
- Se a empresa pretendesse expandir-se internacionalmente, deveria ter como primeiro objetivo os EUA ou o mercado asiático? Porquê?
- Para além do desenvolvimento do mercado, que outras formas poderia a empresa procurar para crescer?



<https://www.greatideasforteachingmarketing.com/should-we-expand-internationally/>

### *Exercícios interativos*

#### **Exercício 3: VÍDEOS**

**O que é a Expansão Global? A sua estratégia de expansão internacional:**

[https://www.youtube.com/watch?v=74qqwk0hVF4&ab\\_channel=ModernBusiness](https://www.youtube.com/watch?v=74qqwk0hVF4&ab_channel=ModernBusiness)

**Estratégia global 3 Tipos de estratégias globais**

[https://www.youtube.com/watch?v=GVR7Qos5WIE&ab\\_channel=ToddAlessandri](https://www.youtube.com/watch?v=GVR7Qos5WIE&ab_channel=ToddAlessandri)

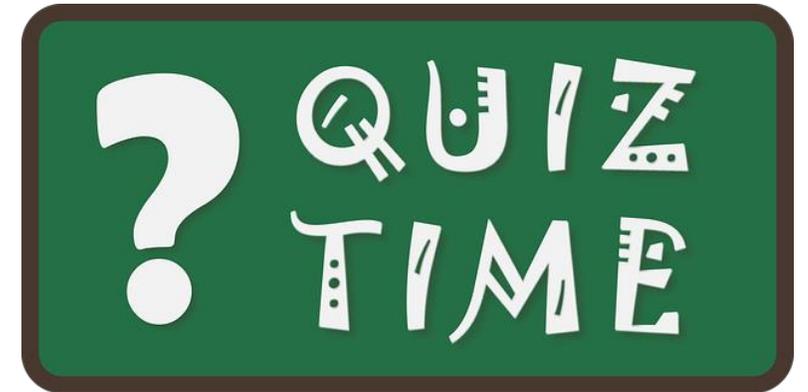
**Os 12 maiores erros de estratégia que deve evitar**

[https://www.youtube.com/watch?v=a1jv2siakK4&ab\\_channel=BernardMarr](https://www.youtube.com/watch?v=a1jv2siakK4&ab_channel=BernardMarr)

### QUIZ

*Os alunos realizam os exercícios da secção "QUIZ" indicados pelo professor.*

[disponível aqui](#)



### Sumário

Esta formação tem como objetivo reunir num só local, e apresentar aos formandos, um conhecimento mais aprofundado sobre a Expansão Internacional. Assim como alguns passos que devem ser dados para uma expansão internacional bem sucedida.

Após esta formação, espera-se que conheça os fundamentos da expansão internacional, a importância de ter uma estratégia, alguns tipos diferentes de expansão internacional e algumas ferramentas que o ajudarão a compreender melhor todo o conteúdo.



# ON-GOOD

## PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

### CAPÍTULO 2

#### *Competências para a internacionalização*



Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by  
the European Union

 ON - GOOD

ON-LINE TRANSBORDER  
ACTIVITY READINESS OF SMALL  
AND MEDIUM GOODS  
PRODUCERS



2021-1-PL01-KA220-  
VET-000025108

# PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

## CAPÍTULO 2

### Resumo:

Tempo	Atividade	Exercício
35 min	Acolhimento e quebra-gelo	Acolhimento e atividade para quebrar o gelo <b>(Duas Verdades e uma Mentira)</b>
	Teste inicial - uma análise rápida para verificar os conhecimentos dos formandos sobre os temas	<b>Atividade de brainstorming</b> Sessões de brainstorming verbais em que os membros do grupo expressam verbalmente os seus conhecimentos sobre o tema, um de cada vez.
45 min	Introdução ao capítulo 2	<ul style="list-style-type: none"><li>• Objetivos;</li><li>• Resultados de aprendizagem.</li></ul>
60 min	Exercícios interativos	Material vídeo Trabalhar em grupo Atividades de resolução de problemas <ul style="list-style-type: none"><li>- questionário,</li><li>- discussão reflexiva,</li></ul>
30 min	Debate moderado	Discussão sobre os resultados dos exercícios (por favor, coloque 2-3 questões que podem ser feitas com base nos resultados dos exercícios)
20 min	Questionário	Verificação dos conhecimentos
20 min	Conclusão final / Resumo	

### 1. Acolhimento

Atividades e exercícios de quebra-gelo para pequenos grupos, para se conhecerem num ambiente divertido e informal e para promover a formação de equipas.

*Exemplo de atividade de quebra-gelo:*

#### **Duas verdades e uma mentira**

Apresente duas verdades e uma mentira e as pessoas do grupo tentam adivinhar a mentira.

Para dar um toque extra, dividir em pares.

Dedique cinco a dez minutos para que os parceiros se conheçam.

No final desse tempo, peça-lhes que digam duas verdades e uma mentira sobre o seu parceiro.



### 2. Teste inicial

Algumas perguntas do capítulo 2 para testar os conhecimentos dos alunos sobre o tema.

#### BRAINSTORMING

1. O que são soft skills e qual é a diferença em relação às hard ones?
2. Quantos estilos de comunicação conheces?
3. Quais são as principais competências de um líder?
4. Na sua opinião, quais foram as maiores inovações do século XX?



### 3. Introdução ao Capítulo 2

O capítulo 2 tem como objetivo analisar as principais competências transversais necessárias aos produtores de bens para operarem em contextos internacionais. Em particular, serão abordadas as competências necessárias às PME para apoiar o seu processo de internacionalização. Este capítulo centrar-se-á em algumas competências, tais como as relacionadas com as competências de gestão, relacionais, linguísticas e interculturais, juntamente com as competências técnicas no domínio das TIC.

- O desenvolvimento de competências de internacionalização está a tornar-se uma necessidade para enfrentar novos mercados e a concorrência global
- A falta de pessoal com competências adequadas é um dos principais obstáculos que os produtores de bens enfrentam
- As grandes empresas tendem a encontrar recursos humanos com melhores competências através da seleção de pessoal já qualificado
- Pelo contrário, as PME tendem a favorecer o desenvolvimento das competências do pessoal da empresa que já trabalha na empresa, dada também a propensão das pequenas empresas familiares para não delegarem a gestão dos aspetos estratégicos numa direção externa aos proprietários
- A requalificação e a atualização das competências do próprio empresário e do pessoal interno das PME tornam-se cruciais para o desenvolvimento internacional



### *Competências*

Esta formação proporciona as competências internacionais necessárias às PME para efetuarem trocas comerciais com os países da União Europeia e com o mundo inteiro.

- **Consciência cultural:** demonstrar e compreender a comunicação dentro e entre grupos sociais e em relação a si próprios e à sua própria cultura;
- **Comunicação:** compreender e aplicar os conhecimentos sobre a comunicação humana e os processos linguísticos que ocorrem em vários contextos;
- **Liderança:** ter uma compreensão alargada das funções e estratégias de liderança eficazes e ser capaz de as aplicar numa variedade de ambientes profissionais, pessoais e cívicos.
- **Inovação:** apreciar os desafios e as oportunidades criados pelas tecnologias emergentes e as mudanças sociais e económicas que as podem acompanhar.

### *Exercícios interativos - Trabalho em grupo*

#### **Saltar do barco**

*O objetivo deste jogo é que os participantes reflitam sobre os diferentes **estilos de liderança** e elaborem uma lista de cenários reais no local de trabalho que exijam que um líder abandone um estilo de liderança natural por outro mais eficaz: autocrático, democrático, transformacional, laissez-fair, etc.*

*Cada grupo recebe três folhas de papel grandes. Peça às equipas para escreverem um estilo de liderança em cada uma (por exemplo, autocrático, delegativo, democrático). De seguida, dê 45 minutos aos grupos para apresentarem situações reais de trabalho para as quais a utilização de um determinado estilo de liderança seria desastrosa.*

*Peça aos grupos para colocarem as folhas de papel na parede e para discutirem os resultados em equipa. Como um grupo inteiro, revejam os cartazes.*



### *Exercício interativo - Faça corresponder as seguintes competências transversais ao seu significado*



1. competências de gestão do tempo
2. competências de liderança
3. capacidade de organização
4. confiança
5. competências de negociação
6. competências de comunicação
7. criatividade
8. adaptabilidade
9. competências analíticas
10. competências interpessoais

- A. Sou articulado. Escrevo bem e as minhas palavras não confundem o leitor.
- B. Sou capaz de concluir atempadamente as tarefas que me são atribuídas.
- C. Sou bom a tomar decisões rápidas. Tenho uma visão crítica.
- D. Sou bom a trabalhar em grupo. Misturo-me bem com as pessoas.
- E. Acredito que sou capaz de realizar qualquer tarefa. Tenho a capacidade de efectuar qualquer trabalho.
- F. Sou capaz de pensar em formas diferentes de fazer as coisas.
- G. Sou capaz de me adaptar a qualquer situação. Sou flexível.
- H. Sou uma pessoa capaz de gerir pessoas. Sou bom a dar orientações.
- I. Sou bom a persuadir e a convencer as pessoas.
- F. Sou bom a organizar ou gerir eventos.

### *Exercícios interativos - vídeos*

#### **Cultura e consciência cultural**

<https://www.youtube.com/watch?v=CUnocjp0xSY>

<https://www.youtube.com/watch?v=mklKePi10AI>

<https://www.youtube.com/watch?v=4Gwgls50J3>

#### **Comunicação**

<https://www.youtube.com/watch?v=iWPkHHlchIErove> Listening Skills - YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=6pYSbdGiDY>

<https://www.youtube.com/watch?v=2Lkb7OSRdGE&t=37>

#### **Liderança**

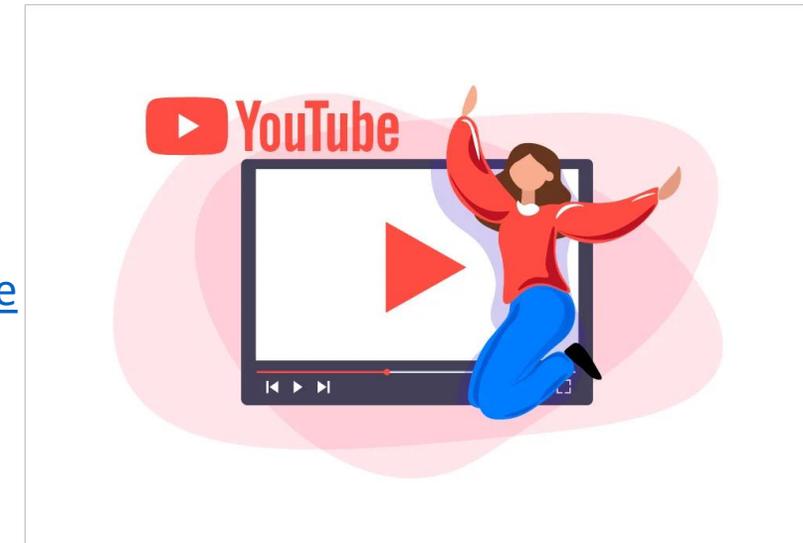
<https://www.youtube.com/watch?v=sK48DH1vvVY>

<https://www.youtube.com/watch?v=urrYhnaKvy4>

#### **Inovação**

<https://www.youtube.com/watch?v=erNPuh1C1PU>

<https://www.youtube.com/watch?v=RUovVIU7Ui>



### *Inglês Comercial*

#### **Vocabulário comercial - comércio internacional**

[https://www.youtube.com/watch?v=JqQSfEzUqxo&list=RDLVJqQSfEzUqxo&start\\_radio=1&rv=JqQSfEzUqxo&t=148](https://www.youtube.com/watch?v=JqQSfEzUqxo&list=RDLVJqQSfEzUqxo&start_radio=1&rv=JqQSfEzUqxo&t=148)

#### **Vocabulário de inglês para vendas**

<https://www.youtube.com/watch?v=yFRvxexueJY&list=RDLVJqQSfEzUqxo&index=8>

#### **Vocabulário de inglês profissional: Reuniões**

<https://www.youtube.com/watch?v=oBq-7-LwIs&list=RDLVJqQSfEzUqxo&index=19>



### QUIZ

*Os alunos realizam os exercícios da secção "QUIZ" indicados pelo professor.*

<https://ongood.erasmus.site/platform/certification/2>

# QUIZ-TIME





### *Sumário*



**Recordação dos objetivos da aula.**



**Resumo dos conhecimentos apresentados na lição.**



**Avaliação do trabalho dos alunos durante a aula.**

# ON-GOOD

## PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP CAPÍTULO 3

*Assistência nos procedimentos jurídicos e aduaneiros aplicados aos Estados-Membros da UE + Especificar as estratégias comerciais transfronteiriças com base nas recomendações da UE*



Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by  
the European Union

 ON - GOOD

ON-LINE TRANSBORDER  
ACTIVITY READINESS OF SMALL  
AND MEDIUM GOODS  
PRODUCERS

2021-1-PL01-KA220-  
VET-000025108

# PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

## CAPÍTULO 3

### Resumo:

Tempo	Actividade	Exercício (exmpmle)
35 min	Acolhimento e quebra-gelo	Atividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam (pode estar relacionada com o tema, mas não necessariamente)
	Teste inicial - uma visão geral rápida para verificar os conhecimentos dos formandos sobre os temas (pode ser um questionário individual ou uma atividade de brainstorming)	5 a 6 perguntas relacionadas com o tema do módulo, um questionário ou um jogo interativo.
45 min	Introdução ao módulo - resultados, pontos principais, etc.	Breve discurso introdutório com base na introdução do módulo (objetivos, finalidade, resultados da aprendizagem)
60 min	Exercícios interactivos	2-3 atividades que podem ser realizadas com base no conteúdo dos módulos  - atividades de resolução de problemas,  - questionário, - discussão reflexiva, - material vídeo
30 min	Debate moderado	Discussão sobre os resultados dos exercícios (2-3 questões que podem ser feitas com base nos resultados dos exercícios)
20 min	Questionário	Verificação dos conhecimentos
20 min	Conclusão final / Resumo	

### 1. Acolhimento

Atividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam

*Exemplo de actividade de quebra-gelo:*

Cartões DIXIT - utilizar cartões coloridos e bonitos do jogo para dar a oportunidade aos alunos de se apresentarem. Cada participante tem de escolher um cartão que mais o descreva e explicar porquê. Cada participante escolhe um cartão e partilha a razão da sua escolha, ao mesmo tempo que o professor pode fazer perguntas adicionais (dependendo dos objetivos, do tópico de formação e do momento do exercício):

"Porque é que o tema dos procedimentos aduaneiros e das estratégias transfronteiriças é importante para si?"

"Como é que este treino me pode ajudar?"

"Quais são as suas expectativas em relação a esta formação?"

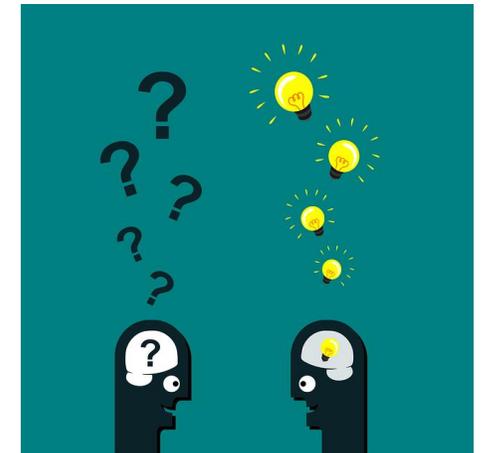


### 2. Teste inicial

Algumas perguntas que iniciam o tema da aula, de modo a testar os conhecimentos dos alunos sobre o tema.

#### BRAINSTORMING

1. O que significa MERCADO ÚNICO?
2. Que competências são necessárias para as atividades de exportação?
3. Quais são os pontos principais do plano de exportação?
4. Conhece alguma organização/website/portal europeu que possa ser útil na procura de informações aduaneiras?



### 3. Introdução ao Módulo

Esta formação tem como objetivo reunir num único local, e apresentar aos formandos, as regras, regulamentos, orientações e ferramentas mais importantes relacionados com a importação para países da União Europeia e a exportação de bens da UE para fora da Comunidade.

- Este assunto é muito complexo, uma vez que estamos a lidar com diferentes ordens jurídicas. Por um lado, a União Europeia e, por outro, outros países que podem ser parceiros comerciais valiosos para as empresas europeias.
- No entanto, como se sabe, os regulamentos legais são necessários, e saber como navegar no labirinto de regulamentos resultará certamente na forma como o empresário receberá energia e motivação para agir. Graças à compreensão das grandes oportunidades que se abrirão, alargará o grupo de potenciais destinatários dos seus produtos a milhões de novos consumidores de todo o mundo.
- Após esta formação, obterá os conhecimentos básicos sobre como começar a exportar e a importar. Dividimo-la em passos que devem ser dados para se juntar ao grupo de entidades do comércio internacional.

### *Competências*

Esta formação fornece os conhecimentos necessários sobre o comércio internacional entre os países da União Europeia e o resto do mundo. Este conhecimento é absolutamente essencial para qualquer retalhista que pretenda expandir a sua atividade.

- conhecimento das etapas básicas que devem ser seguidas para importar e exportar mercadorias
- conhecimentos relacionados com a regulamentação jurídica
- como expandir o seu negócio de retalho
- Também se familiarizará com as ferramentas e portais básicos

### *Exercícios interativos*

#### **Exemplo 1: trabalho em equipa**

Dividir os participantes em dois ou mais grupos, se necessário.

O primeiro grupo será responsável pela exportação e o segundo pela importação.

Peça aos participantes do primeiro grupo para criarem um **plano de exportação passo a passo para a empresa** (vale a pena dar o exemplo de uma empresa específica, uma PME da Polónia, produtora de chocolate de leite).

Segundo grupo um **plano de importação (passo a passo)** (PME, importação de pregos para a Alemanha a partir de países fora da UE).

O objetivo do exercício é: verificar os conhecimentos dos participantes sobre os passos básicos, é também uma base para discutir os diapositivos do Módulo - exportar e importar passo a passo.



### *Exercícios interativos*

#### **Exemplo 2 VÍDEO**

**Conhecimentos básicos dos direitos aduaneiros:**

<https://www.youtube.com/watch?v=K6uhd9mP3pU>

**Exportar UE**

<https://www.youtube.com/watch?v=02LRaru59LM>

**Transporte marítimo**

<https://www.youtube.com/watch?v=y-KV1nftdBA>

### *Exercícios interativos*

#### **Exemplo 3 Faça corresponder a palavra ao significado de IMPORTAR/EXPORTAR**

1. uma remessa de mercadorias
  2. o stock de bens detidos por uma empresa
  3. uma proibição de comércio com outro país
  4. obter ou encontrar bens ou serviços
  5. planeamento e coordenação da circulação de mercadorias
  6. atividade de transporte de mercadorias
  7. uma lista da carga
  8. a rede de organizações envolvidas no processo de conceção, fabrico, entrega e apoio a um produto
  9. as mercadorias transportadas por um navio, avião ou outro veículo
  10. um imposto sobre mercadorias
- a. frete
  - b. manifesto
  - c. aquisição
  - d. consignação
  - f. embargo
  - g. cadeia de abastecimento
  - h. expedição
  - i. logística
  - g. tarifa
  - k. inventário

### *Exercícios interativos*

#### **Exemplo 4 Trabalho em pares/grupos**

**Peça aos formandos para trabalharem em grupos e demonstrarem os benefícios do intercâmbio comercial internacional, utilizando exemplos específicos. Podem trabalhar com os exemplos das suas próprias empresas.**

Após o tempo estabelecido pelo professor, os alunos apresentam os resultados do seu trabalho. O professor completa, se necessário.

### *Exercícios interativos*

#### **Exemplo 5 Trabalho num organismo vivo (Acesso aos mercados) - individual**

**Em primeiro lugar, explicar o que é o [Access2Market](#) e como funciona, cada formando pode trabalhar individualmente com a plataforma.**

Pode preparar instruções ou fichas específicas, por exemplo, para cada aluno:

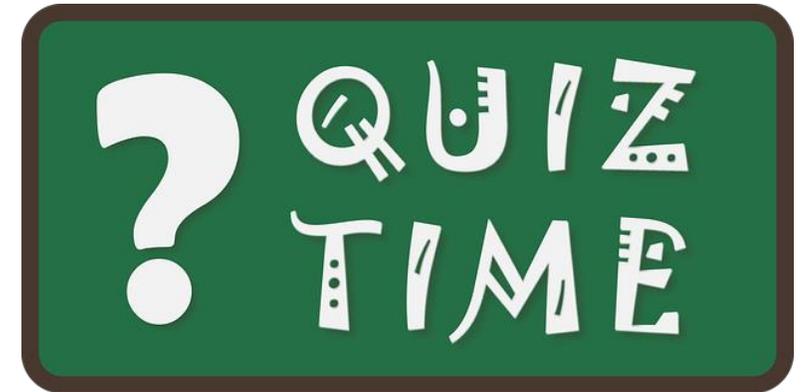
*O código SH para o chocolate é 1806 3290, é um produtor de chocolate do Afeganistão, verifique quais os requisitos pautais e fiscais que lhe são aplicáveis utilizando as ferramentas Access2Markets, se pretender exportar para a Alemanha.*

*É um importador de roupa de algodão para bebé (HS 6209 20) de França e está à procura de um novo produtor da Índia. Verifique o que precisa de fazer antes de começar a utilizar o Access2Markets.*

### QUIZ

*Os alunos realizam os exercícios da secção "QUIZ" indicados pelo professor.*

[disponível aqui](#)



### *Sumário*

Recordação dos objetivos da aula.

Resumo dos conhecimentos apresentados na lição.

Avaliação do trabalho dos alunos durante a aula.



# ON-GOOD

## PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

### CAPÍTULO 4

*Oportunidades de financiamento e onde encontrar informações  
a nível da UE*



Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by  
the European Union

 ON - GOOD

ON-LINE TRANSBORDER  
ACTIVITY READINESS OF SMALL  
AND MEDIUM GOODS  
PRODUCERS



2021-1-PL01-KA220-  
VET-000025108

# PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

## CAPÍTULO 4

### Resumo:

Tempo	Atividade	Exercício
35 min	Acolhimento e quebra-gelo	Atividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam uns aos outros: "Conheça e apresente o seu colega estagiário".
	Teste inicial - uma análise rápida para verificar os conhecimentos dos formandos sobre os temas.	Algumas perguntas que iniciam o tema da aula, com o objetivo de testar os conhecimentos dos alunos sobre o tema.
45 min	Introdução ao Módulo 4 - resultados, pontos principais, etc.	Discurso introdutório, Módulo 4: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectivos</li> <li>• objectivo</li> <li>• resultados de aprendizagem</li> </ul>
60 min	Exercícios interativos	As actividades incluem: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Questionar verdadeiro ou falso</li> <li>• Faz corresponder as palavras</li> <li>• Vídeos</li> <li>• Trabalhar em grupo</li> </ul>
30 min	Debate moderado	Discussão sobre os resultados dos exercícios <ul style="list-style-type: none"> <li>- Os exercícios ajudaram-no a conhecer melhor oportunidades de financiamento na Europa?</li> <li>- O que é que não é claro ou difícil para si de compreender?</li> <li>- Gostou dos exercícios? Por favor, partilhe a sua opinião.</li> </ul>
20 min	Questionário	Verificação dos conhecimentos
20 min	Conclusão final / Resumo	

### 1. Acolhimento

Atividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam.

***Vamos conhecer-nos uns aos outros.***

*Escreva todos os nomes dos formandos num cartaz. Peça aos formandos para escolherem um nome e, em seguida, apresentar o formando, fazendo-lhe algumas perguntas:*

- *Breve CV do estagiário*
- *Apresentar uma breve descrição das funções*
- *Como é que ele/ela está ligado à exportação-importação*
- *Já recorreu a financiamentos da UE?*
- *O que é que ele/ela espera da formação?*



### *2. Teste inicial*

Algumas perguntas que iniciam o tema da aula, de modo a testar os conhecimentos dos alunos sobre o tema.

#### BRAINSTORMING

Todas os formandos.

1. Como é que o financiamento da UE pode ajudar a sua empresa?
2. Porque é que o financiamento é necessário para as empresas?
3. Quais são os instrumentos de financiamento disponíveis e fiáveis?
4. Como é que a internacionalização de uma empresa pode beneficiar o seu crescimento?
5. O que é que sabe sobre a Enterprise Europe Network?

### 3. Introdução ao Module 4

Esta formação tem como objetivo reunir num único local e apresentar aos formandos um conhecimento mais aprofundado sobre os financiamentos da UE assim como...:

- Identificar potenciais oportunidades de financiamento
- Reconhecer as organizações que prestam aconselhamento e informação às empresas
- Selecionar o financiamento privado ou estatal para os âmbitos de internacionalização
- Avaliar as diferentes fontes de financiamento
- Avaliar as diferentes organizações e redes que apoiam as PME na procura de serviços de informação e aconselhamento
- Aumentar o conhecimento dos diferentes instrumentos de financiamento
- Compreender a diferença entre os instrumentos de financiamento da UE e o financiamento privado
- Analisar a necessidade de financiamento



### Competências

Depois de estudar o conteúdo do módulo 4, o formando:

- estará familiarizado com todas as organizações a que se pode dirigir para obter informações sobre financiamento e serviços de aconselhamento, como a Enterprise Europe Network, as câmaras, os centros de inovação digital e os bancos
- conhecerá o quadro financeiro da UE
- conhecerá os prós e os contras do financiamento privado e comunitário
- será capaz de reconhecer as várias fontes de financiamento e escolher a mais adequada para a sua atividade

### *Exercícios interativos*

#### **Exercício 1: VERDADEIRO OU FALSO**

1. Os serviços de internacionalização não são oferecidos pelos membros da Enterprise Europe Network
2. Todas as empresas estão prontas para parcerias internacionais
3. Os eventos de corretagem podem dar acesso a novos mercados
4. As câmaras são responsáveis pela emissão dos documentos comerciais
5. O financiamento mais comum para as pequenas empresas provém de business angels (anjos de negócio)
6. Não é necessário ter um plano de negócios para obter um empréstimo de um banco



### Exercícios interativos

#### Exercício 1: VERDADEIRO OU FALSO

1. FALSO. A Enterprise Europe network oferece serviços de internacionalização através da procura de parceiros adequados no estrangeiro, da utilização de uma base de dados em linha de oportunidades de negócio e da organização de eventos b2b.
2. FALSO. Um consultor da Enterprise Europe Network pode avaliar se está preparado para parcerias internacionais.
3. VERDADEIRO. Os eventos de corretagem reúnem empresas e outras organizações à procura de parceiros internacionais.
4. VERDADEIRO. As câmaras emitem documentos como o livrete ATA, os certificados de origem e o certificado de força maior.
5. FALSO. O financiamento mais comum das pequenas empresas provém das poupanças pessoais dos fundadores/proprietários.
6. FALSO. Para aumentar as suas hipóteses de obter um empréstimo, deve ter um plano de negócios, uma folha de despesas e projeções financeiras para, pelo menos, os próximos cinco anos.



### Exercícios interativos

#### Exercício 2 - Fazer corresponder a palavra ao seu significado

1. A Enterprise Europe Network é a maior rede do mundo .....
2. A Enterprise Europe Network oferece uma gama completa de serviços para o acesso ao financiamento e ao financiamento da UE, funcionando como.....
3. Os proprietários de PME podem também pedir aos consultores da rede que carreguem o ..... da sua empresa.
4. Eventos de corretagem - também conhecidos como "speed ....." empresarial.
5. As missões comerciais são ... missões que conduzem a muitas parcerias bem sucedidas.
6. Uma Câmara de Comércio é uma forma de negócio .....
7. As câmaras pode prestar assistência às empresas em .....
8. As câmaras podem fornecer informações sobre como beneficiar do comércio eletrónico.....
9. Ajudam as empresas durante o seu processo de digitalização para que se tornem mais competitivas.
10. Documento de exoneração de responsabilidade por incumprimento de obrigações.

- a. apoio
- b. balcão único
- c. perfil
- d. namoro
- f. alfaiate
- g. rede
- h. procedimentos
- i. acordos
- j. HUBs europeus de inovação digital
- k. o certificado de força maior

### *Exercícios interativos*

#### **Exercise 3: VÍDEOS**

Saiba mais sobre a Enterprise Europe Network <https://www.youtube.com/watch?v=NaPLD4rRJwI>

Saiba mais sobre os eventos b2b <https://www.youtube.com/watch?v=KQ1ijQFJtQU>

Saiba como utilizar o portal de financiamento e concursos <https://youtu.be/M3rozTAySNw>

### Exercícios interativos

#### Exercício 4: Trabalhar em grupos de pares

Peça aos formandos para trabalharem em grupos de 2 e procurarem oportunidades de financiamento da UE para empresas em <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>, utilizando tópicos específicos. Podem trabalhar com os exemplos das suas próprias empresas, divididos por setor.

Após o tempo definido pelo formador, os formandos apresentam os resultados da sua pesquisa sobre os financiamentos por setor.

O formador completa, se necessário, e apresenta todas as outras fontes disponíveis.

### *Debate moderado*

#### *Tópicos:*

Discussão sobre os resultados dos exercícios:

1. Os exercícios foram úteis para conhecer melhor as oportunidades de financiamento na Europa?
2. Teve alguma dificuldade?
3. Partilhe a sua opinião!

### QUIZ

*Os formandos realizam os exercícios da secção "QUIZ" indicados pelo formador.*

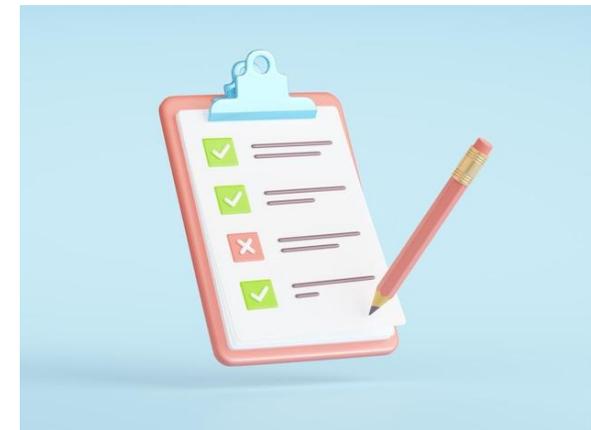
[disponível aqui](#)



### Sumário

Esta formação teve como **objetivo** descrever e partilhar as oportunidades de financiamento disponíveis para as PME, que se baseiam em organizações financeiras de confiança e funcionam com base na promoção de um empreendedorismo saudável.

Após esta formação, o participante estará **apto** a identificar potenciais oportunidades de financiamento, reconhecer organizações que oferecem aconselhamento e informação às empresas e a selecionar financiamento privado ou estatal para os âmbitos da internacionalização.



# ON-GOOD

## PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

### CAPÍTULO 5

#### *Novas técnicas de marketing online para a digitalização empresas na UE*

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by  
the European Union

ON - GOOD

ON-LINE TRANSBORDER  
ACTIVITY READINESS OF SMALL  
AND MEDIUM GOODS  
PRODUCERS

2021-1-PL01-KA220-  
VET-000025108

# PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

## CAPÍTULO 5

### Resumo:

Tempo	Atividade	Exercício
35 min	Acolhimento e quebra-gelo	Atividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam (pode estar relacionada com o tema, mas não necessariamente)
	Teste inicial - uma visão geral rápida para verificar os conhecimentos dos formandos sobre os temas (pode ser um questionário individual ou uma atividade de brainstorming)	Prepare 5 a 6 perguntas relacionadas com o tema do módulo, um questionário ou um jogo interativo.
45 min	Introdução ao módulo - resultados, pontos principais, etc.	Breve discurso introdutório com base na introdução do módulo (objetivos, finalidade, resultados da aprendizagem)
60 min	Exercícios interactivos	2-3 actividades que podem ser realizadas com base no conteúdo dos módulos <ul style="list-style-type: none"> <li>- atividades de resolução de problemas,</li> <li>- questionário,</li> <li>- discussão reflexiva,</li> <li>- material vídeo</li> </ul>
30 min	Debate moderado	Discussão sobre os resultados dos exercícios
20 min	Questionário	Verificação dos conhecimentos
20 min	Conclusão final/ Resumo	

### 1. Acolhimento

Todos os participantes responderão a uma das seguintes perguntas, partilhando as suas respostas com a equipa, com base nos resultados do dado virtual.

<https://freeonlinedice.com/>

#### Perguntas:

1. Qual é o melhor superpoder?
2. Que raça de cão serias e porquê?
3. Fale-nos do seu pior corte de cabelo de sempre.
4. Diga-nos algo sobre si que poucas pessoas saibam.
5. Se estivesse preso numa ilha, quais são as duas coisas que terias levado contigo?
6. Se pudesses ser qualquer criatura sobrenatural, qual serias e porquê?



*Adapted from: <https://stock.adobe.com/search?k=%22meet+the+team%22>*

### 2. Teste inicial

Algumas perguntas que iniciam o tema da aula, de modo a testar os conhecimentos dos alunos sobre o tema.

#### BRAINSTORMING

1. O que é o MARKETING DIGITAL?
2. Conheces algum meio de MARKETING DIGITAL?
3. Quais são as principais diferenças entre o marketing OUTBOUND e INBOUND?
4. Conheces algumas técnicas de Marketing Digital?
5. Por que razão é necessário que as PME e os bons produtores da UE se orientem para o marketing digital?



Designed by lavarmsg Adapted from:  
<https://www.vecteezy.com/vector-art/203769-brainstorming-concept-on-black-vector>

### 3. Introdução ao Módulo

O marketing é uma secção de confiança de todas as empresas, uma vez que mantém a conversa em andamento, permitindo que as empresas promovam e criem consciência da marca, aumentem as vendas e envolvam os consumidores.

As tendências de marketing mudam de tempos a tempos e as pequenas e médias empresas (PME) relacionadas com os bons produtores enfrentam frequentemente desafios ao adotarem estratégias de marketing digital.

Este **módulo tem como objetivo** fornecer mais informações sobre as novas técnicas de marketing emergentes através do marketing digital, compará-las com as técnicas de marketing tradicionais, descrever a necessidade destas novas técnicas para o desenvolvimento das PMEs, caracterizar o estado atual na UE e fornecer algumas histórias de sucesso bem estabelecidas de PMEs relacionadas com bons produtores e comerciantes em toda a UE.



Designed by Freepik

### Competências

Este curso tem como objetivo ajudar os utilizadores a adquirirem as seguintes competências transferíveis, que visam melhorar e requalificar os funcionários das PME, gestores e adultos sem formação especializada na matéria, numa tentativa de facilitar o emprego, melhorar a qualidade digital dos produtos das PME e aumentar as possibilidades de venda dos seus produtos a um público mais vasto.

- Planear, conceber a estratégia de marketing e executar o plano de marketing
- Implementar estratégias de marketing e efetuar marketing móvel
- Aplicar o marketing nas redes sociais e utilizar instrumentos digitais
- Desenvolver conteúdos e campanhas digitais, aplicar o marketing e a gestão das redes sociais



### 4. Exercícios interativos

#### Exercício interativo: 1

Faz corresponder a palavra ao seu significado

1. O marketing tradicional centra-se principalmente em .....
  2. .... é direcionado e mensurável
  3. Utilização de SEO em .....
  4. Também conhecido como Outbound Marketing.....
  5. O .... tem o potencial de transformar o marketing das PME em domínios como a personalização, a relação com o cliente e o marketing.
  6. Os consumidores e os seus concorrentes utilizam-no.
  7. É utilizado para melhorar a eficácia e a eficiência das campanhas digitais.
  8. Muito utilizado para a publicidade das PME.
  9. O método inclui: Reunir uma lista de potenciais clientes, descobrir quem são os decisores nas empresas que pretende atingir e criar uma mensagem electrónica personalizada
  10. Utilização de painéis e panfletos em .....
- a. Marketing online
  - b. Marketing tradicional
  - c. Internet
  - d. Necessidade de técnicas de marketing online
  - f. Redes sociais
  - g. produto
  - h. Marketing por correio electrónico frio
  - i. Inteligência Artificial
  - j. Marketing tradicional
  - k. Marketing online

### 4. Exercícios interativos

#### Exercício interativo 2 - Estratégias de marketing

1. Os participantes assistirão ao seguinte vídeo relacionado com estratégias de marketing digital.
2. Os participantes receberão a folha de consulta associada para poderem ler sobre as estratégias de marketing mais atuais para as PME.
3. Vamos falar de.... Debate na sala de aula relacionado com as estratégias e os truques de marketing.



### 4. Exercícios interativos

#### Exercício interativo 3 - Hora dos flashcards

1. Os participantes são divididos em grupos de **2 a 5 pessoas**.
2. É necessário efetuar o login na seguinte ligação: <https://quizlet.com/541604670/flashcards>
3. Aparecerá uma série de perguntas sob a forma de flashcards e os participantes terão de as ler
4. Em seguida, é altura de jogar o **jogo "Mistura e combinação"**: <https://quizlet.com/541604670/digital-marketing-kahoot-questions-flash-cards/>



### 4. Exercícios interativos

#### Exercício interativo 4 – Casos de estudo

1. Os participantes são divididos em grupos de **2 a 5 pessoas**.
2. Utilizando como modelo o documento "**Digitally Driven**" (p34-end), devem discutir com a sua equipa e pesquisar na Internet uma PME bem sucedida em boa produção que tenha prosperado depois de se ter tornado digital
3. Cada equipa tem **5 minutos** para apresentar ao resto da turma o seu caso de estudo e o que fez com que a sua transformação digital fosse bem sucedida
4. Após este exercício, pode ser efetuado um **teste gratuito** com dicas sobre como melhorar as suas PME, que pode ser encontrado aqui: <https://assessment.connectedcouncil.org/>



**DIGITALLY DRIVEN** / EUROPE

European Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs)

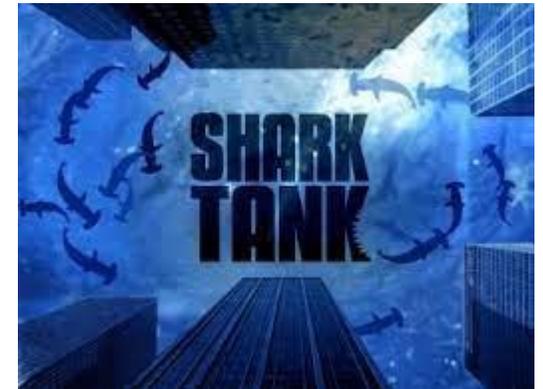
Transformation, Innovation, and Resilience  
During the COVID-19 Pandemic

Presented by  

### 4. Exercícios interativos

#### Exercício interativo 5 - Shark's Tank

1. Os participantes são divididos em grupos de **2 a 5 pessoas**. O anfitrião, bem como outros participantes, serão os quatro tubarões que, no final das apresentações, decidirão se investem ou não (com dinheiro fictício, claro).
2. As regras são simples. Cada uma das equipas deve criar um produto/bem imaginário para apresentar a uma equipa de investidores (tubarões). A proposta deve incluir um nome de marca, uma embalagem, um slogan e um breve plano de marketing.
3. Cada equipa, por sua vez, apresenta as suas ideias e, em seguida, enfrenta uma avalanche de perguntas sobre a rentabilidade e a legitimidade do conceito. O sucesso da sua apresentação e a qualidade das suas respostas determinarão se os tubarões vão investir o seu dinheiro.
4. Ganha a equipa que tiver mais dinheiro investido.



### QUIZ

*Os alunos realizam os exercícios da secção "QUIZ" indicados pelo professor.*

[disponível aqui](#)



Adapted from: [https://www.freepik.com/premium-vector/quiz-logo-isolate-white-questionnaire-icon-poll-sign-flat-bubble-speech-symbol\\_16032377.htm#query=quiz%20time&position=11&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/premium-vector/quiz-logo-isolate-white-questionnaire-icon-poll-sign-flat-bubble-speech-symbol_16032377.htm#query=quiz%20time&position=11&from_view=search&track=sph)

### Sumário

Os principais objetivos deste módulo centram-se em:

- A compreensão das diferenças fundamentais entre o marketing digital e o tradicional.
- O panorama das PME na UE e a importância da digitalização.
- A teoria subjacente à estratégia de marketing e ao plano de marketing.
- Adquirir as táticas de marketing para promover os seus produtos.
- Reconhecer as principais abordagens, metodologias e ferramentas que ajudam no marketing digital dos produtos.
- Explorar casos de sucesso de PME relacionados com a boa produção.



Adapted from: [https://www.freepik.com/free-vector/red-dart-arrow-hitting-target-center-dartboard\\_28563661.htm#query=objectives&position=9&from\\_view=search&track=sph](https://www.freepik.com/free-vector/red-dart-arrow-hitting-target-center-dartboard_28563661.htm#query=objectives&position=9&from_view=search&track=sph)

# ON-GOOD

## PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

### CAPÍTULO 6

#### *Participação e apresentação de produtos em feiras ou eventos online*



Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by  
the European Union

 ON - GOOD

ON-LINE TRANSBORDER  
ACTIVITY READINESS OF SMALL  
AND MEDIUM GOODS  
PRODUCERS

2021-1-PL01-KA220-  
VET-000025108

# PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

## CAPÍTULO 6

### Resumo:

Tempo	Atividade	Exercício
35 min	Acolhimento e quebra-gelo	Acolhimento e atividade para quebrar o gelo <b>(Duas Verdades e uma Mentira)</b>
	Teste inicial - uma análise rápida para verificar os conhecimentos dos formandos sobre os temas	<b>Atividade de brainstorming</b> Sessões de brainstorming verbais em que os membros do grupo expressam verbalmente os seus conhecimentos sobre o tema, um de cada vez.
45 min	Introdução ao capítulo 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivo;</li> <li>• Resultados de aprendizagem.</li> </ul>
60 min	Exercícios interativos	Material vídeo Trabalhar em grupo Actividades de resolução de problemas, - questionamento, - discussão reflexiva,
30 min	Debate moderado	Discussão sobre os resultados dos exercícios (2-3 perguntas que podem ser feitas com base nos resultados dos exercícios).
20 min	Questionário	Verificação dos conhecimentos
20 min	Conclusão final / Resumo	

### 1. Acolhimento

Atividades e exercícios de quebra-gelo para pequenos grupos para se conhecerem num ambiente divertido e informal e promover a formação de equipas.

*Exemplo de atividade de quebra-gelo:*

#### Ilha Deserta

"A situação é terrível - na sequência de um naufrágio, todos ficaram retidos numa ilha deserta! Cada pessoa pode levar um objeto para a ilha - idealmente algo que a represente ou algo de que goste".

Depois de todos terem apresentado o seu objeto e a razão pela qual o escolheram, peça a todos que trabalhem em conjunto para melhorar as suas hipóteses de sobrevivência, combinando os vários objetos que apresentaram. Se necessário, pode acrescentar mais objetos, mas certifique-se de que utiliza todos os que mencionaram.



*Images from <https://unsplash.com>*

### 2. Teste inicial

Algumas perguntas do capítulo 6 para testar os conhecimentos dos formandos sobre o tema.

#### BRAINSTORMING

1. O que são as feiras comerciais online e como funcionam?
2. Pode enumerar algumas vantagens das feiras comerciais online?
3. Que tipo de elementos digitais podem ser utilizados nas feiras comerciais online (por exemplo, códigos QR)?
4. Acha que pode comunicar com potenciais clientes e/ou parceiros através de conversas em direto durante as feiras comerciais online?



Images from <https://unsplash.com>

### 3. Introdução ao capítulo 6

O capítulo 6 ensina aos formandos as vantagens, o planeamento, a execução e a avaliação das feiras online. A ênfase é colocada nos bons produtores e nas feiras online associadas.

- Surgiram versões online de eventos onde se expõem bens e serviços, especialmente durante a pandemia da Covid-19. Tudo isto acontece no mundo digital.
- A participação em feiras comerciais online está a tornar-se uma vantagem para enfrentar novos mercados e acompanhar a concorrência global.
- Durante as feiras comerciais online, as empresas e os grupos expõem os seus produtos e serviços, fornecem informações sobre os mesmos e podem mesmo efetuar vendas.
- A preparação e a condução são aspetos importantes das feiras comerciais online, ao mesmo tempo que o acompanhamento dos resultados (contatos, etc.) é crucial para tirar o máximo partido da experiência.



Images from <https://unsplash.com>

### *Competências*

Esta formação fornece as competências internacionais necessárias para que as PME compreendam o valor e as vantagens das feiras comerciais online:

- **Benefícios:** compreender a importância e os benefícios das feiras comerciais online, sendo capaz de apresentar o tema a colegas e supervisores
- **Preparação:** preparação complementada por um conjunto de competências em tecnologia digital, incluindo códigos QR, utilização do Fiverr e do Canva
- **Condução:** envolver com êxito os clientes em feiras online, geração de contatos e apresentação de produtos
- **Acompanhamento:** análises de KPI (Key Performance Indicator) e garantia de benefícios a longo prazo

### *Vídeo sobre feira comercial*

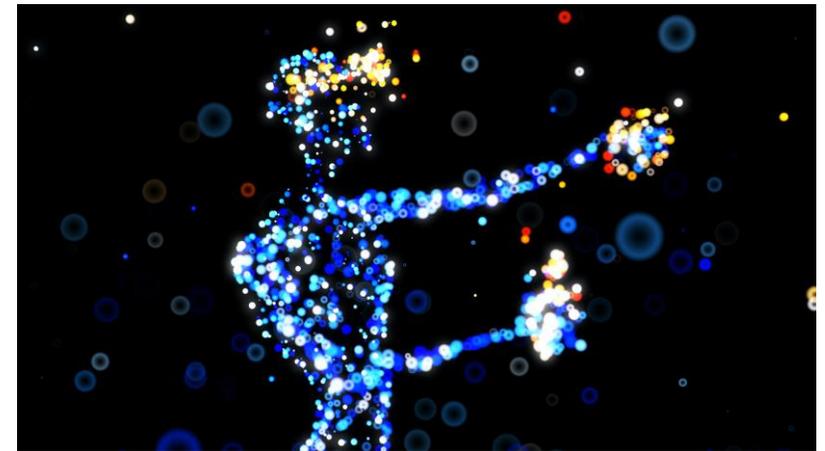
#### ***Introdução às possibilidades das feiras comerciais online***

*O conceito de feiras comerciais online pode não ser familiar para muitos representantes de SEM.*

*Para introduzir os participantes no conceito de feiras comerciais online, o professor pode utilizar o vídeo abaixo para mostrar o aspeto de uma feira comercial online.*

*Demonstração da vFairs: Feira virtual:*

[https://www.youtube.com/watch?v=cQP\\_dPXArLo](https://www.youtube.com/watch?v=cQP_dPXArLo)



*Images from <https://unsplash.com>*

### ***Exercícios interativos -Trabalho em grupo***

**Formas criativas de apresentar e vender produtos sem os apresentar fisicamente (digital, fotografia, etc.).**

*O objetivo deste jogo é que os participantes pensem em formas criativas de apresentar bens físicos e elaborem uma lista de opções.*

*Cada grupo recebe uma folha de papel grande ou um caderno previamente preparado com bens físicos específicos. Em alternativa, as equipas podem também criar os seus próprios bens físicos.*

*Em seguida, dê 45 minutos aos grupos para apresentarem soluções criativas em relação a várias opções de apresentação e venda de bens físicos sem poderem apresentá-los "ao vivo".*

*Peça aos grupos para colocarem as folhas de papel na parede e para discutirem os resultados em equipa.*



Images from <https://unsplash.com>

### ***Exercício interativo - Faz corresponder as seguintes competências transversais ao seu significado:***



Images from <https://unsplash.com>

- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. KPI               | A. Resposta rápida, um código que permite aceder rapidamente a informações   |
| 2. Código QR         | B. Uma plataforma online na qual os freelancers oferecem vários serviços   |
| 3. Fiverr            | C. Preparação cuidadosa antes de organizar uma feira online  |
| 4. Canva             | D. Uma plataforma online, uma extensa mediateca de fotografias de arquivo, vídeos e gráficos   |
| 5. diligência devida | E. Indicador-chave de desempenho, um ou mais indicadores que exibem determinados valores (número de cliques, número de inscrições, etc.) |

*Solução nos comentários*

### *Feira comercial - Inglês*

**82 Conversações em inglês para negócios e comércio**

<https://www.youtube.com/watch?v=XFJcbvMANxQ>

**Como Negociar em Inglês - Aula de Inglês para Negócios**

<https://www.youtube.com/watch?v=-3mFnAk9sbw>

**Vocabulário inglês para vendas VV 35 - Gestão de vendas**

<https://www.youtube.com/watch?v=gfZVx5DYvNs>

**Curso de Inglês Comercial | EXPOSIÇÕES E FEIRAS COMERCIAIS**

[https://www.youtube.com/watch?v=M\\_4NZLUDjdg](https://www.youtube.com/watch?v=M_4NZLUDjdg)



Images from <https://unsplash.com>

### QUIZ

*Os alunos realizam os exercícios da secção "QUIZ" indicados pelo professor.*

<https://ongood.erasmus.site/platform/certification/6>



# ON-GOOD

## PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

### CAPÍTULO 7

### E-COMMERCE



Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by  
the European Union

 ON - GOOD

ON-LINE TRANSBORDER  
ACTIVITY READINESS OF SMALL  
AND MEDIUM GOODS  
PRODUCERS



2021-1-PL01-KA220-  
VET-000025108

# PLANO DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES DE EFP

## CAPÍTULO 7

### Resumo:

Tempo	Atividade	Exercício
35 min	Acolhimento e quebra-gelo	Actividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam. Título do exercício: <i>Como é que fazemos compras online?</i>
	Teste inicial - uma visão geral rápida para verificar os conhecimentos dos formandos sobre os temas (pode ser um questionário individual ou uma atividade de brainstorming)	Algumas perguntas que iniciam o tema da aula, de modo a testar os conhecimentos dos formandos sobre o tema.
45 min	Introdução ao módulo - resultados, pontos principais, etc.	Breve discurso introdutório com base na introdução do módulo (objetivos, finalidade, resultados da aprendizagem)
60 min	Exercícios interativos	Exemplos de actividades que podem ser realizadas com base no conteúdo dos Módulos 1. Caso de estudo 2. Escolher os temas certos 3. Trabalho de equipa 4. Vídeo 5. Discussão reflexiva
30 min	Debate moderado	Discussão sobre os resultados dos exercícios 1. Os exercícios efectuados ajudaram-no a compreender melhor o tema em discussão? 2. Houve ainda alguma coisa que não ficou clara ou difícil para si? 3. Gostou dos exercícios? Se sim/não, qual foi a razão?
20 min	Questionário	Verificação dos conhecimentos
20 min	Conclusão final / Resumo	

### 1. Acolhimento

Atividade de boas-vindas e de quebra-gelo para que os participantes se conheçam.

*Como é que fazemos compras online?*

Prepare notas de post-it. Distribua uma a cada pessoa, juntamente com canetas. De seguida, sente toda a gente em círculo. Peça aos formandos que escrevam nos post-its o tipo de dispositivo eletrónico que utilizam mais frequentemente quando fazem compras online. Em seguida, peça a todos que leiam as suas respostas, juntamente com uma explicação do motivo pelo qual escolheram esse dispositivo específico. Enquanto o faz, pergunte a cada participante "O que quer aprender com esta formação?" ou "Como classificaria este tipo de formação?" ou "O que mais lhe agrada nesta formação?" Por fim, recolha os cartões de todos e conte qual o tipo de dispositivo mais utilizado pelos alunos. Em conjunto, analisem a razão de tal resultado.



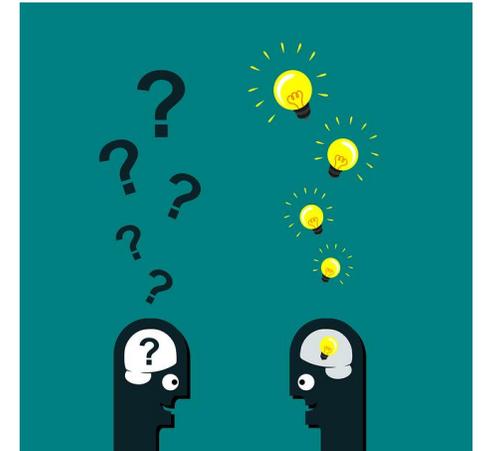
Dica: Também pode fazer este exercício online. Em vez dos tradicionais post-it, utilize os digitais. Para o fazer, vá ao [padlet](#), crie um espaço de trabalho e envie uma hiperligação aos participantes para darem as suas respostas.

### 2. Teste inicial

Algumas perguntas que iniciam o tema da aula, de modo a testar os conhecimentos dos formandos sobre o tema.

#### BRAINSTORMING

1. O que é o comércio eletrónico e quais as causas do seu crescimento nos últimos anos?
2. O que é que se deve ter em conta ao criar uma loja online?
3. Sabe o que significa a expressão "*lacuna móvel*"?
4. Quais são as principais áreas em que se deve concentrar o serviço de apoio ao cliente da sua loja online?
5. Pode dar um ou mais exemplos de um comércio eletrónico que funcione bem (por exemplo, um website que utilize pessoalmente)?



### 3. Introdução ao Módulo

Esta formação abrange o vasto tema do comércio eletrónico, as suas questões mais importantes e os princípios da sua aplicação.

- Esta é uma questão muito importante para os pequenos e médios produtores de bens, pois pode oferecer muitas novas oportunidades para aumentar as vendas e a competitividade, bem como para melhorar as operações comerciais.
- Começar o seu próprio negócio de comércio eletrónico é certamente um desafio, mas a abordagem correta, tendo em conta todas as etapas e aspetos necessários (perfis de clientes, fornecedores, questões de segurança, etc.), ajudá-lo-á a alcançar o sucesso. Se está a iniciar um negócio de comércio eletrónico, preste atenção a dois aspectos importantes - o serviço ao cliente e o processo logístico. Se abordar corretamente a questão discutida nesta formação, desenvolverá perfeitamente o seu negócio.
- Após esta formação, conhecerá e compreenderá o funcionamento do comércio eletrónico. Este é um tema muito vasto, pelo que todos os conhecimentos que irá adquirir serão complementados pelas ferramentas incluídas no módulo, que o ajudarão a aprofundar este tema.

### *Competências*

Esta formação fornece os conhecimentos necessários sobre como gerir uma plataforma de comércio eletrónico, bem como conhecimentos e dicas sobre temas relacionados com a conquista de clientes neste setor e todo o processo de compras online. Todos os temas abordados afetam a forma como deve iniciar o seu negócio de comércio eletrónico.

- familiarizar-se com a essência geral do comércio eletrónico
- familiarizar-se com as informações gerais sobre o serviço e as encomendas
- conhecimentos para o ajudar a criar uma loja online (incluindo um conjunto de ferramentas)
- aprender sobre o comércio eletrónico e as questões de segurança

### Exercícios interativos

#### Exemplo 1: Caso de estudo

Analise o seguinte caso de estudo com os seus alunos.

<https://www.mybudapester.com/en/>

Há alguns anos, a Budapester, um retalhista alemão de moda de luxo, teve dificuldades: apesar de centenas de utilizadores por dia visitarem o seu website, este não estava a produzir os picos de vendas esperados. Para fazer face à situação, a Budapester teve de fazer alterações significativas ao seu website de comércio eletrónico.

As soluções que decidiram implementar foram as seguintes: otimização do website - tornando o logótipo da marca mais pequeno, apresentando informações importantes (tais como opções de envio, informações sobre entrega gratuita ou disponibilidade de produtos específicos), numa posição de destaque para os clientes. Além disso, as informações acima referidas são apresentadas num tipo de letra claramente visível e numa cor apelativa. A página do cesto de compras também foi redesenhada.

Em resultado das alterações efetuadas, a empresa ganhou mais 120 000 euros.

**Percorra em conjunto o website da marca e deixe que os alunos tentem identificar as alterações descritas no estudo de caso. Em seguida, discutam se essas alterações contribuem efetivamente para tornar o website mais atrativo e, assim, atrair clientes para o mesmo.**



### *Exercícios interativos*

**Exemplo 2: Escolha as características que devem ser incluídas no serviço ao cliente do comércio eletrónico.**

1. Plano de exportação
2. GDPR
3. SEO
4. Desenvolvimento do website
5. Contacto constante com os clientes
6. Descrições pormenorizadas dos produtos
7. Comentários
8. Ligações externas
9. Publicidade paga por clique
10. Entrega



### Exercícios interativos

#### Exemplo 3: Trabalho em equipa

Divida os participantes em dois grupos (ou 4, se necessário). Em seguida, **apresentem um exemplo de um produto que se encontra num mercado de comércio eletrónico**. Um grupo será encarregado de criar (imaginar) um ambiente em que haverá procura desse produto. Em particular, este grupo deve ter em atenção a **predisposição e o comportamento dos compradores**. O segundo grupo, por outro lado, deve começar por determinar **tudo o que é necessário para introduzir este produto no comércio eletrónico** e, em seguida, recebendo orientações sobre os clientes criados pelo primeiro grupo, **adaptar as soluções** previamente pensadas a **estes clientes específicos**.

Em seguida, os grupos trocam de papéis.

Os alunos podem escrever as suas ideias em cartões para facilitar a recolha de toda a informação.

O objetivo da tarefa é ajudar os alunos a adaptar as soluções de comércio eletrónico a diferentes produtos e clientes.

Sugestão: Também pode fazer este exercício online. Para o fazer, vá ao [padlet](#), crie um espaço de trabalho e envie uma ligação aos participantes para que dêem as suas respostas.

### *Exercícios interativos*

#### **Exemplo 4: Vídeo**

Permita que os alunos vejam vídeos curtos relacionados com o tema abordado na formação, o que irá reforçar os seus conhecimentos.

#### **Como funcionam os websites de comércio eletrónico**

<https://youtu.be/CZTb1qDgqco>

#### **O que é, em suma, o comércio eletrónico**

<https://youtu.be/nxSDHBdsWqA>

#### **Comércio eletrónico e comércio móvel - diferenças**

<https://youtu.be/SsMEeYUV478>



### *Interactive exercises*

#### **Exemplo 5: Debate reflexivo**

Comece com um pequeno resumo das questões que foram tratadas até à data.

O próximo passo é reflectir sobre a eficácia de cada um dos métodos mencionados anteriormente.

- A aplicação de cada uma delas garantiria o sucesso?
- É possível renunciar a qualquer um deles e continuar a gerir um negócio de comércio eletrónico bem sucedido?
- A questão da segurança é realmente uma prioridade? Porquê?
- Existe um método eficaz para o sucesso do comércio eletrónico?

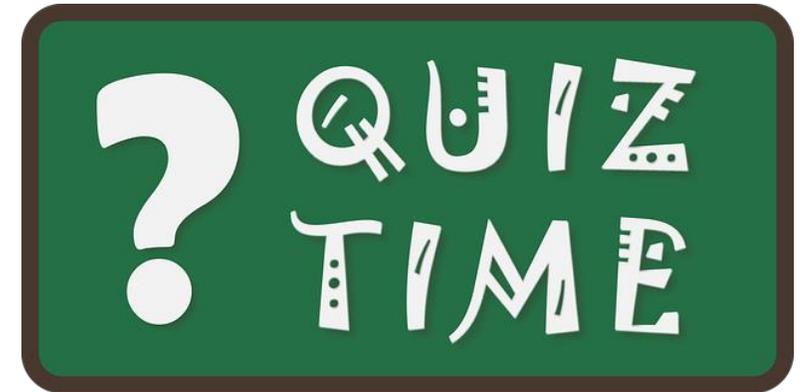
Deixar que cada aluno exprima livremente a sua opinião, sugerindo as questões acima referidas. No final, tirem conclusões em conjunto.

O objetivo do debate é saber o que os formandos pensam sobre o conteúdo da formação e ouvir o que não concordam totalmente. Pretende-se que seja um exercício para resumir o conteúdo aprendido durante o módulo. Depois do debate, pode ainda perguntar a cada participante o que é que ele ou ela mais gostou durante esta formação.

### QUIZ

*Os alunos realizam os exercícios da secção "QUIZ" indicados pelo professor.*

[disponível aqui](#)



### Sumário

Esta formação abordou o tema geral do comércio eletrónico, as suas questões mais importantes e os princípios da sua aplicação.

Após esta formação, deverá conhecer e compreender o funcionamento do comércio eletrónico. Este é um tema muito vasto, pelo que todos os conhecimentos que adquiriu serão complementados pelas ferramentas incluídas no módulo, que o ajudarão a aprofundar este tema.

