



## CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

Direção-Geral do Ensino Superior

### Aviso n.º 23386/2023

*Sumário:* Torna público o registo de criação do curso técnico superior profissional de Gestão de Negócios Internacionais do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

Torna-se público, nos termos do n.º 2 do artigo 40.º-T do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na sua redação atual, que, por despacho de 24 de março de 2023, da Subdiretora-Geral do Ensino Superior, proferido ao abrigo da alínea *h*) do n.º 2, conjugada com o n.º 4, ambos do Despacho n.º 3724/2023, de 23 de março, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão de Negócios Internacionais do Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

21 de novembro de 2023. — O Diretor-Geral, *Joaquim Mourato*.

#### ANEXO

1 — Estabelecimento de ensino superior:

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto.

2 — Curso técnico superior profissional:

T652 — Gestão de Negócios Internacionais.

3 — Número de registo:

R/Cr 9/2023.

4 — Área de educação e formação:

345 — Gestão e administração.

5 — Perfil profissional:

5.1 — Descrição geral:

Pesquisar e monitorizar os mercados internacionais em que a empresa se movimenta, atuar no âmbito da prospeção e ou promoção, negociação, realização e acompanhamento das vendas dos seus produtos e ou serviços nos mercados estrangeiros e otimizar processos de importação e exportação.

5.2 — Atividades principais:

- a) Gerir relações profissionais em contexto multicultural;
- b) Desenvolver, organizar e dinamizar os espaços de vendas;
- c) Desenvolver e implementar uma estratégia de comércio eletrónico;
- d) Realizar a prospeção de mercado, recorrendo a diversas fontes de informação;
- e) Elaborar estudos de mercado relativos aos segmentos estratégicos do mercado alvo da empresa, posicionamento e estratégia de marketing nos mercados externos;
- f) Gerir as compras em contexto internacional (importação);
- g) Coordenar os serviços de apoio à importação e à exportação;
- h) Elaborar relatórios de atividades comerciais no contexto da exportação do país destino;

i) Dominar o manuseamento das novas tecnologias na atividade de prospeção comercial internacional;

j) Analisar e interpretar o sistema político, económico e legal propício à atividade da empresa em contexto internacional.

6 — Referencial de competências:

6.1 — Conhecimentos:

a) Conhecimentos fundamentais de análise estatística das vendas;

b) Conhecimentos fundamentais de marketing;

c) Conhecimento fundamental sobre distribuição, gestão de *stocks* e aprovisionamento;

d) Conhecimentos especializados sobre desenvolvimento e lançamento de produtos;

e) Conhecimentos fundamentais de língua portuguesa, inglesa e mandarim e de Comunicação empresarial;

f) Conhecimentos abrangentes de Gestão e comunicação intercultural;

g) Conhecimentos abrangentes de Direito comunitário e internacional, Economia e finanças internacionais, Mercados financeiros internacionais, Relações comerciais internacionais e política internacional;

h) Conhecimentos especializados de Técnicas de pesquisa de informação e estudos de mercado;

i) Conhecimentos especializados de Técnicas de venda e de negociação em contexto internacional;

j) Conhecimentos abrangentes de Fiscalidade e documentação nas operações de comércio internacional; *Incoterms*; seguros na atividade internacional; regimes e procedimentos aduaneiros;

k) Conhecimentos especializados de comércio eletrónico, ferramentas digitais de comunicação, promoção e comercialização;

l) Conhecimento especializado de planeamento e controlo de gestão: previsão e controlo de vendas e ou importações; cálculos de custos de venda e ou importação, margens e rentabilidades;

m) Conhecimento especializado marketing internacional.

6.2 — Aptidões:

a) Pesquisar, selecionar e interpretar dados e informações de mercado, nomeadamente no que se refere a produtos e ou serviços, clientes, concorrentes e fornecedores, apoiando a definição e ou implementação da estratégia de internacionalização da empresa;

b) Identificar os constrangimentos regulamentares dos mercados estrangeiros;

c) Elaborar o caderno de encargos para a subcontratação de estudos de mercado e assegurar a coordenação da sua implementação no mercado estrangeiro;

d) Utilizar técnicas de pesquisa e recolha de informação tendo em vista a obtenção de informação de mercado, disponível nos mais diversos suportes;

e) Organizar e avaliar o processo de recolha e de tratamento da informação;

f) Utilizar e atualizar bases de dados de contactos profissionais (clientes, fornecedores, prestadores de serviços, serviços oficiais competentes);

g) Atualizar e alimentar regularmente sistemas de informação e ou monitorização das atividades de *import-export*;

h) Identificar e propor ações de política comercial, tendo em conta os objetivos de internacionalização da empresa, a atracção e satisfação do cliente e o desenvolvimento das vendas;

i) Definir recomendações para o estabelecimento de um plano de ação operacional em conformidade com a política comercial da empresa e com as conclusões da análise-diagnóstico do mercado estrangeiro;

j) Identificar e selecionar os mercados-alvo de acordo com as características específicas dos mercados estrangeiros;

k) Aplicar técnicas de organização do trabalho no desenvolvimento da atividade de *import-export*;

l) Efetuar, acompanhar e avaliar a prospeção de clientes;

m) Elaborar uma oferta comercial ajustada. Preparar e organizar a venda;

- n) Negociar, com clientes e ou parceiros estrangeiros;
- o) Identificar e selecionar potenciais fornecedores. Redigir um pedido de proposta e ou consulta aos pré-selecionados, avaliar as suas propostas e negociar;
- p) Preparar e fornecer os elementos necessários aos serviços competentes da empresa, tendo por objetivo a realização de contratos de parceria ou de prestação de serviços;
- q) Elaborar e ou monitorizar o processo administrativo das compras e das vendas e assegurar a gestão da qualidade do serviço a clientes;
- r) Controlar a qualidade dos produtos e ou serviços vendidos ou comprados e dos serviços prestados pelos prestadores de serviços de comércio internacional;
- s) Reunir, analisar e selecionar informações acerca dos processos de tomada de decisão e acerca dos métodos de negociação nos diferentes países;
- t) Reunir informações acerca das práticas sociais e culturais de forma a comunicar eficazmente com contactos estrangeiros para uma dinamização, implementação e gestão eficientes de uma carteira de clientes e uma rede de contactos internacionais.

### 6.3 — Atitudes:

- a) Adaptar a linguagem às características dos interlocutores;
- b) Demonstrar capacidade de persuasão e de estabelecer relações estáveis com clientes, fornecedores e outros prestadores de serviços;
- c) Demonstrar disponibilidade, cortesia e respeito pelos outros no relacionamento com interlocutores diferenciados;
- d) Demonstrar flexibilidade adaptando-se a diferentes situações e contextos profissionais (nomeadamente interculturais) e evitando situações de conflito ou confronto;
- e) Demonstrar capacidade para capitalizar a sua experiência e implementar boas práticas;
- f) Definir prioridades e organizar o trabalho;
- g) Demonstrar autonomia na organização e realização do trabalho;
- h) Gerir o tempo em função do plano de trabalho e das prioridades;
- i) Demonstrar atenção às oportunidades e ameaças existentes no mercado;
- j) Demonstrar capacidade de análise metódica de informação crítica;
- k) Tolerar a ambiguidade e a diferença cultural;
- l) Demonstrar inovação e criatividade na resolução e antecipação de problemas ou na abordagem a situações novas;
- m) Agir em conformidade com a ética profissional e com normas de qualidade;
- n) Adaptar-se e acompanhar a evolução tecnológica na sua atividade profissional;
- o) Demonstrar sentido de responsabilidade pelos resultados do trabalho;
- p) Trabalhar em equipa e cooperar para objetivos comuns;
- q) Reagir a situações novas e ambíguas aparentando pouco desconforto;
- r) Adequar as normas de segurança, higiene e saúde ao exercício da sua atividade profissional;
- s) Demonstrar lealdade e consideração pelos interesses da empresa e ou organização.

### 7 — Áreas relevantes para o ingresso no curso:

Uma das seguintes:

- Matemática (área disciplinar do ensino secundário);
- Português (área disciplinar do ensino secundário);
- Economia (área disciplinar do ensino secundário);
- Administração (área disciplinar do ensino profissional);
- Marketing (área disciplinar do ensino profissional);
- Tecnologias da Informação e Comunicação (área disciplinar do ensino profissional);
- Comércio (área disciplinar do ensino profissional).

### 8 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso:

2023-2024.



## 9 — Localidades, instalações e número máximo de alunos:

Localidade	Instalações	Número máximo para cada admissão de novos alunos	Número máximo de alunos inscritos em simultâneo
Porto.....	IPAM-Porto.....	30	60

## 10 — Estrutura curricular:

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
345 — Gestão e administração .....	66	55,00 %
342 — Marketing e publicidade .....	17	14,17 %
222 — Línguas e literaturas estrangeiras.....	10	8,33 %
213 — Audiovisuais e produção dos media.....	5	4,17 %
341 — Comércio.....	5	4,17 %
314 — Economia .....	5	4,17 %
380 — Direito .....	4	3,33 %
090 — Desenvolvimento pessoal.....	4	3,33 %
311 — Psicologia .....	4	3,33 %
<i>Total</i> .....	120	100 %



## 11 — Plano de estudos:

Unidade curricular (1)	Área de educação e formação (2)	Componente de formação (3)	Ano curricular (4)	Duração (5)	Horas de contacto (6)	Das quais de aplicação (7)	Outras horas de trabalho (8)	Das quais correspondem apenas ao estágio (8.1) (8.1)	Horas de trabalho totais (9)=(6)+(8)	Créditos (10)
Comportamento de Compra Internacional . . .	311 — Psicologia . . . . .	Geral e científica. . .	1.º Ano	Semestral . . . .	30		78		108	4
Direito e fiscalidade Internacional. . . . .	380 — Direito . . . . .	Geral e científica. . .	1.º Ano	Semestral . . . .	30		78		108	4
Fundamentos da Gestão de Negócios . . . . .	345 — Gestão e administração . . .	Geral e científica. . .	1.º Ano	Semestral . . . .	60		102		162	6
Inovação Internacional . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Geral e científica. . .	1.º Ano	Semestral . . . .	45		90		135	5
Técnicas de Comunicação . . . . .	090 — Desenvolvimento pessoal . . .	Geral e científica. . .	1.º Ano	Semestral . . . .	30		78		108	4
Economia da Empresa . . . . .	314 — Economia . . . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Estudos de Mercado. . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . . .	60	45	102		162	6
Gestão de Marketing . . . . .	342 — Marketing e publicidade . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . . .	60	45	102		162	6
Gestão Estratégica e <i>E-Business</i> . . . . .	345 — Gestão e administração . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Língua estrangeira I . . . . .	222 — Línguas e literaturas estrangeiras. geiras.	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Língua Estrangeira II . . . . .	222 — Línguas e literaturas estrangeiras. geiras.	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Técnicas de Negociação e Venda Internacionais	341 — Comércio . . . . .	Técnica . . . . .	1.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Ferramentas de Web Design e E-Commerce	213 — Audiovisuais e produção dos media.	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Finanças Internacionais . . . . .	345 — Gestão e administração . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Gestão de Informação de Apoio ao Comércio Internacional.	345 — Gestão e administração . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Laboratório da Internacionalização . . . . .	345 — Gestão e administração . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . . .	60	60	210		270	10
Logística Internacional e Operações Aduaneiras	345 — Gestão e administração . . .	Técnica . . . . .	2.º Ano	Semestral . . . .	45	30	90		135	5
Estágio . . . . .	345 — Gestão e administração . . .	Em contexto de trabalho.	2.º Ano	Semestral . . . .	300		450	450	750	30
<i>Total</i> . . . . .					1 080	420	2 100	450	3 180	120

Na coluna (2) indica-se a área de educação e formação de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de março.

Na coluna (3) indica-se a componente de formação de acordo com o constante no artigo 40.º-J do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro.

Na coluna (6) indicam-se as horas de contacto, de acordo com a definição constante do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (7) indicam-se as horas de aplicação de acordo com o disposto no artigo 40.º-N do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 63/2016, de 13 de setembro.

Na coluna (8) indicam-se as outras horas de trabalho de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (8.1) indica-se o número de horas dedicadas ao estágio.

Na coluna (9) indicam-se as horas de trabalho totais de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (10) indicam-se os créditos segundo o European Credit Transfer and Accumulation System (sistema europeu de transferência e acumulação de créditos), fixados de acordo com o disposto no Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

317087991