



S I S T E M A
N A C I O N A L
DE QUALIFICAÇÕES

Qualificação Profissional

ADMINISTRAÇÃO E INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA

AGE005_4

Família Profissional Administração e Gestão

Índice

PERFIL PROFISSIONAL	3
UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)	5
UC1: Identificar e captar imóveis e bens como oportunidades de negócio para intermediação imobiliária (UC213_4)	5
UC2: Gerir vendas e coordenar a equipa comercial (UC214_4)	9
UC3: Auxiliar na medição e procedimentos legais, fiscais e de operações de financiamento imobiliário (UC215_4)	14
UC4: Efetuar a venda e a divulgação/promoção de produtos imobiliários utilizando diferentes canais de marketing (UC216_4).....	17
UC5: Comunicar em inglês, com um nível de usuário independente, nos relacionamentos e atividades administrativas e de intermediação imobiliária (UC217_4)	21
UC6: Comunicar numa segunda língua estrangeira diferente do inglês, com um nível de usuário independente, nos relacionamentos e atividades administrativas e de intermediação imobiliária (UC218_4).....	23
UC7: Manusear aplicativos informáticos de escritório (UC199_3)	25
PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	30
MÓDULOS FORMATIVOS (MF)	32
MF1: Prospecção imobiliária (MF213_4).....	32
MF2: Gestão de vendas e equipa comercial (MF214_4).....	38
Unidade Formativa 1: UF326 – Técnicas de venda e negociação imobiliária.....	38
Unidade Formativa 2: UF327 – Atendimento ao cliente nas atividades de intermediação imobiliária	42
Unidade Formativa 3: UF328 – Gestão de equipas de vendas	46
MF3: Assistência imobiliária (MF215_4)	52
MF4: Marketing imobiliário (MF216_4).....	58
Unidade Formativa 1: UF329 – Técnicas de pesquisa do mercado.....	58
Unidade Formativa 2: UF330 – Estratégias de marketing	63
Unidade Formativa 3: UF331 – Técnicas de promoção/divulgação de produtos imobiliários..	67
MF5: Inglês profissional para atividades administrativas e de intermediação imobiliária (MF217_4).....	72
MF6: Segunda língua estrangeira nas atividades administrativas e de intermediação imobiliária (MF218_4).....	77
MF6: Aplicativos informáticos de escritório (MF199_3)	82
Unidade Formativa 1: UF313 – Ferramentas informáticas básicas de comunicação e pesquisa de informação	82
Unidade Formativa 2: UF314 – Aplicativos informáticos de processamento de textos.....	85
Unidade Formativa 3: UF315 – Aplicativos informáticos de folha de cálculo	88
Unidade Formativa 4: UF316 – Aplicativos informáticos de base de dados	90
Unidade Formativa 5: UF317 – Aplicativos informáticos para apresentações gráficas de informação.....	92
MÓDULO FORMATIVO EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO	95

PERFIL PROFISSIONAL

AGE005_4

ADMINISTRAÇÃO E INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA

PERFIL PROFISSIONAL			
Código	AGE005_4	Denominação	ADMINISTRAÇÃO E INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA
Nível	4	Família Profissional	Administração e Gestão
COMPETÊNCIA GERAL	Assessorar ações de compra, venda e arrendamento de imóveis e outros serviços do ramo em condições de qualidade e tempo útil, gerindo uma equipa e, se necessário, numa língua estrangeira com uma visão global e proactiva, segundo os objetivos preconizados e as normas internas estabelecidas.		
UNIDADES DE COMPETÊNCIA	N.º	Denominação	Código
	1	Identificar e captar imóveis e bens como oportunidades de negócio para intermediação imobiliária.	UC213_4
	2	Gerir vendas e coordenar a equipa comercial.	UC214_4
	3	Auxiliar na mediação e procedimentos legais, fiscais e de operações de financiamento imobiliário.	UC215_4
	4	Efetuar a venda e a divulgação/promoção de produtos imobiliários utilizando diferentes canais de marketing.	UC216_4
	5	Comunicar em inglês, com um nível de usuário independente, nos relacionamentos e atividades administrativas e de intermediação imobiliária.	UC217_4
	6	Comunicar numa língua estrangeira diferente do inglês, com um nível de usuário independente, nos relacionamentos e atividades administrativas e de intermediação imobiliária.	UC218_4
	7	Manusear aplicativos informáticos de escritório.	UC199_3
AMBIENTE PROFISSIONAL	Âmbito profissional: Pode exercer atividade como profissional liberal, empresário ou por conta de outrem em empresas públicas ou privadas e também através de parcerias com outros colegas ou empresa, sem vínculo laboral.		
	Sectores Produtivos: Desenvolve a sua atividade em empresas ligadas ao sector Imobiliário: empresas imobiliárias, serviços de intermediação imobiliária e consultoria, construtoras, bancos, seguradoras e outros sectores relacionados e de forma autónoma.		

Continuação – Perfil Profissional

PERFIL PROFISSIONAL	
	<p>Ocupações e postos de trabalho relacionados</p> <p>CNP 2010:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 3334.0 – Agente imobiliário e gestor de propriedade <p>Sugestões:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Técnico administrativo de transações imobiliárias;▪ Angariador imobiliário;▪ Técnico de venda imobiliário;▪ Agente Comercial Imobiliário;▪ Técnico de intermediação imobiliário.

UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)

UC1: IDENTIFICAR E CAPTAR IMÓVEIS E BENS COMO OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO PARA INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA

Código: UC213_4

Nível: 4

Elementos de competência (EC) e Critérios de Desempenho (CD)

EC 1: Fazer a prospeção do mercado imobiliário, utilizando técnicas de pesquisa estabelecidas pela organização, com vista a obter a carteira de imóveis para a comercialização.

CD 1.1. A estratégia e o posicionamento da organização, em relação à carteira de imóveis a comercializar ou a demanda detetada, são interpretados identificando a área ou o segmento do mercado imobiliário a que se vão dirigir a prospeção de imóveis: industrial, residencial, entre outros, usos, preços, potencialidade ou outros.

CD 1.2. Os imóveis com características estabelecidas pela organização são localizados aplicando técnicas de prospeção imobiliária proactiva - rotas de captação, pesquisas em fontes de informações, motores de busca *online* ou fontes primárias e secundárias ou outras - ou mediante ações de marketing direto - correspondências, blogs, listas de distribuição *online* ou outros.

CD 1.3. Os dados dos imóveis prospectados – características, situação, direção, proprietários, formulários de contacto ou outros – são obtidos diretamente do proprietário ou indiretamente através dos guardas, porteiros, moradores ou outros meios.

CD 1.4. As informações obtidas dos imóveis prospectados e dos seus proprietários são organizadas numa lista ou arquivo, seja convencional ou informático, seguindo os critérios estabelecidos pela organização e registando-os, caso necessário, numa aplicação ou sistema de gestão comercial imobiliária.

EC 2: Contactar os proprietários dos imóveis prospectados aplicando o protocolo e argumentações estabelecidos para marcar uma visita ao referido imóvel.

CD 2.1. As campanhas de captação direccionadas aos proprietários são organizadas de acordo com a lista de imóveis prospectados e as formas de contacto estabelecidas, nomeadamente via telefone, correio electrónico, carta de interesse ou outras.

CD 2.2. Os proprietários dos imóveis são contactados de forma personalizada, favorecendo um clima de confiança profissional que permita superar as barreiras de comunicação frias.

CD 2.3. A entrevista com o proprietário do imóvel é realizada, utilizando técnicas de persuasão, despertando o interesse pela efetivação da entrevista e aplicando um guião de argumentos específicos de captação e superação de objeções do proprietário na intermediação.

CD 2.4. A entrevista pessoal com o proprietário do imóvel é concluída de acordo com o protocolo estabelecido, propondo ou adaptando-se a uma determinada data e hora no imóvel, e procurando também, obter a informação necessária, quer da propriedade quer do proprietário.

EC 3: Conduzir uma entrevista ao proprietário ou representante autorizado, aplicando técnicas de recolha, segundo as condições estabelecidas pela organização, para a comissão de intermediação e informação dos imóveis prospectados.

CD 3.1. A imagem pessoal é adaptada ao cliente, conforme os critérios estabelecidos pela organização a serem transmitidos, nomeadamente: colocação da voz, vestuários, aparência pessoal, confiança e profissionalismo.

CD 3.2. O intermediário é apresentado aos clientes e/ou proprietários de acordo com as fórmulas e regras de educação e cortesia, assim como as diretrizes estabelecidas pela organização.

CD 3.3. As demandas e necessidades do cliente e/ou proprietário são detetadas através de questionários e perguntas realizadas de forma cordial e empática, com a observação de

aspectos de comunicação verbal e não-verbal, identificando pelo menos:

- A capacidade de venda ou aluguer (propriedade, localização, condição e habitabilidade, condições urbanísticas, entre outros);
- O prazo e urgência na venda ou aluguer, entre outros.

CD 3.4. As características intrínsecas e o estado de conservação do imóvel e os seus componentes são verificados, destacando aqueles que condicionam o valor da renda do imóvel e a perceção do público-alvo – instalações elétricas, canalização, revestimentos, mobiliário, compartimentos ou outros.

CD 3.5. As medidas, dimensões e distribuição dos bens e os seus componentes são obtidos a partir da observação, utilizando, se necessário, ferramentas simples de medição – fita métrica, medidor de distância a *laser*, ou outros.

CD 3.6. As imagens do imóvel e seus componentes são realizados, com autorização do proprietário, tirando fotos de modo a valorizar os aspectos mais significativos da propriedade e dos seus detalhes, utilizando uma máquina fotográfica, tendo em conta as condições de iluminação e profundidade do campo desejado.

EC 4: Estimar o valor aproximado e a finalidade dos imóveis, considerando as tendências do mercado imobiliário na zona, as condições e características dos mesmos e os critérios estabelecidos pela organização, conforme o caso, o preço da venda ou arrendamento de acordo com o cliente/proprietário.

CD 4.1. Os valores e as características dos imóveis comercializados nas zonas de influência são obtidos a partir da base de dados da organização, pesquisando informações nas fontes fidedignas, diferenciando: o preço, valor de venda ou arrendamento, espaço útil e construído, ano de construção, estado de conservação, qualidade e acabamentos, espaços e serviços de armazenamento, garagem, jardins ou outros usos possíveis, qualificação e tipo de habitação, proteção oficial, entre outros.

CD 4.2. As características intrínsecas e o estado de conservação, do imóvel objeto de análise, são comparados com os imobiliários da zona de influência, identificando as diferenças e as semelhanças entre eles.

CD 4.3. As penhoras, obrigações, ou condições da propriedade são detetados nos documentos fornecidos pelo proprietário e no certificado de registo de propriedade avaliando como podem afetar o valor estimado de comercialização do imóvel, tanto para venda como para arrendamento.

CD 4.4. Os diferentes tipos de valor do imóvel são identificados seguindo as técnicas e normas de avaliação comercial e financeira reconhecendo e respeitando a legislação vigentes sobre habitação e regimes livre e de proteção.

CD 4.5. O valor do imóvel e o preço da venda, ou renda, são estimados utilizando métodos de avaliação fiáveis e considerando todas as variáveis advenientes.

CD 4.6. A avaliação do valor patrimonial, ou da renda máxima, é efectuada em conformidade com as normativas e fontes oficiais vigentes.

CD 4.7. Os métodos para atualização do valor de arrendamento do imóvel são estimados realizando cálculos necessários e utilizando os dados do IPC (Índice de Preços ao Consumidor) oficiais e as aplicações de ajuda *online*.

CD 4.8. O relatório de avaliação do imóvel é emitido com correção gramatical e técnica, de forma clara e concisa, contendo os dados obtidos da avaliação do mercado imobiliário da zona de influência, para apreciação dos superiores.

EC 5: Efetuar a intermediação, aplicando técnicas de negociação no limite da sua responsabilidade e de acordo com os critérios da organização, respeitando os regulamentos e códigos éticos do sector.

CD 5.1. As perguntas e objeções do cliente/proprietário às alternativas da contratação da intermediação imobiliária são equacionadas, favorecendo um clima de confiança mútua e argumentando as objeções, de acordo com os critérios da organização.

CD 5.2. Os benefícios e alternativas de intermediação comercial, o valor ou comissões de serviço

e outras condições - exclusividade, prazo, reservas, divulgação ou qualquer outro aspeto - são apresentados de forma positiva, clara e transparente, utilizando os argumentos de captação e de acordo com o código de ética e as normas de proteção dos consumidores.

- CD 5.3. O valor ou renda do imóvel é especificado ao cliente/proprietário, apresentando informações objetivas e tendo em conta as suas expectativas e características, esclarecendo as dúvidas e as necessidades e, explicando as possíveis modificações ou outras condições gerais do acordo e/ou contrato de intermediação.
- CD 5.4. Os encargos de mediação são avaliados de acordo com o posicionamento da organização, as características do imóvel, a demanda e as expectativas do cliente/proprietário ou procurador, descartando os irrelevantes.
- CD 5.5. O formulário de encargo de mediação ou autorização de divulgação é preenchido juntamente com o cliente/proprietário, verificando os dados de ambas as partes, as características e o valor do imóvel em causa, o seu carácter exclusivo, a sua renovação automática e o valor ou comissão do serviço de intermediação, entre outros.
- CD 5.6. O tipo de acordo e contrato de intermediação imobiliária e/ou autorização de divulgação é formalizada com a assinatura de ambas as partes e, em caso negativo, é oferecido ao proprietário ou procurador a possibilidade de contactos posteriores de acordo com os procedimentos da organização, respeitando as normativas vigentes e código de ética do sector.
- CD 5.7. A normativa vigente em matéria de mediação, confidencialidade e proteção do consumidor é cumprida fornecendo informações corretas e precisas do imóvel e as recomendações oficiais em matéria de consumo em caso de imóveis novos ou compra em projectos.
- CD 5.8. Os detalhes dos imóveis identificados são adquiridos através das informações obtidas do proprietário/representante, chegando a um acordo e seguindo os critérios estabelecidos pela organização.

EC 6: Garantir a qualidade da informação obtida com vista ao sucesso da operação de intermediação imobiliária.

- CD 6.1. As informações do desenvolvimento do processo de intermediação são obtidas regularmente, através do sistema de gestão comercial de imóveis da organização.
- CD 6.2. As informações das operações de intermediação, nomeadamente, ações de promoção, divulgação, consultas e visitas realizadas com os potenciais clientes, são fornecidas regularmente ao cliente/proprietário, de acordo com a solvência ou fiabilidade dos contactos.
- CD 6.3. Os resultados dos contactos ou das visitas realizadas ao imóvel são comunicados ao cliente/proprietário, oralmente ou por escrito num relatório, com periodicidade acordada.
- CD 6.4. A conveniência de mudar as condições do processo de intermediação é transmitida ao cliente/proprietário, com informação objetiva e propondo, se necessário, soluções para aumentar o sucesso da operação e adaptar:
 - Às condições de mercado;
 - Às particularidades e condições dos clientes – requerentes ou interessados;
 - À urgência ou necessidade do cliente/proprietário, entre outros.
- CD 6.5. As alterações nas condições de intermediação são formalizadas com o cliente transmitindo-as aos superiores e renovando, se necessário, os documentos e o contrato promessa de compra e venda ou autorização de divulgação.

EC 7: Registrar a informação necessária para a gestão comercial do imóvel, utilizando ferramentas e aplicações informáticas de gestão comercial disponíveis, a fim de garantir a validade, eficácia, disponibilidade e atualização da carteira de imóveis, respeitando os regulamentos de proteção de dados vigente e o código de ética do sector.

- CD 7.1. As informações obtidas durante a prospeção, por meio da entrevista de levantamento e recrutamento de intermediação, são organizadas seguindo os critérios estabelecidos e utilizando, se necessário, técnicas de fotografias (convencional ou digital) apropriadas.

- CD 7.2. Os dados do imóvel, recolhidos em formulários de visitas do imóvel, são introduzidos no sistema de gestão de imóveis seguindo os procedimentos estabelecidos e utilizando, se necessário, a aplicação ou base de dados num equipamento informático.
- CD 7.3. As informações do processo de intermediação, recolhidas na ficha técnica assinada pelo cliente, são introduzidas no sistema de gestão de imóveis da organização, seguindo os procedimentos estabelecidos.
- CD 7.4. A informação da carteira de imóveis a comercializa é processada e avaliada de acordo com os critérios estabelecidos pela organização, garantindo a sua atualização e validade.
- CD 7.5. As atualizações e alterações das informações dos imóveis e operações são registados e comunicados com celeridade e rapidez à equipa comercial e, caso necessário, à rede de escritórios ou bolsa de imóveis e convénios ou outros agentes imobiliários.
- CD 7.6. Os critérios de confidencialidade e privacidade dos dados do sistema de gestão comercial são representados aplicando a normativa vigente e código de ética do sector.

Contexto profissional

Meios de produção

Equipamentos: computadores pessoais na rede local ligada à Internet, telefones móveis, Calculadora. Fax. Periféricos de saída e entrada de informações. Mobiliário e material de escritório. Aplicações informáticas: folhas de cálculo, bases de dados, processadores de textos, apresentações, correio eletrónico, planeamento de negócios, Internet, navegadores da Intranet. Motores de busca *online*; Máquina fotográfica. Jornais e revistas especializadas. Arquivos e pastas de documentos. Cartões de visitas. Material publicitário da organização. Sistema de gestão comercial de imóveis.

Produtos e resultados

Prospecção de imóveis. Listagem de imóveis inventariados. Catalogo de imóveis a comercializar. Campanhas de angariação e divulgação. Técnicas de persuasão. Contacto proprietários. Fotos e vídeos. Imóvel angariado. Processo de intermediação e/ou autorização de divulgação. Estimativa do valor do mercado do imóvel ou valor da renda. Bancos de dados comerciais. Relatório de avaliação do imóvel. Registo e atualização de carteira de imóveis. Ações de comunicação com o cliente/proprietário. Renovação do contrato. Relatório de gestão dos imóveis.

Informação utilizada ou gerada

Fundamento das captações. Fontes primárias e fontes secundárias de mercados – revistas e imprensa especializada. Características ou informações intrínsecas dos imóveis. Critérios de captação e rejeição da empresa. Formulários de captação de imóveis. Modelos de contratos de encargo de intermediação imobiliária. Lista de preços e taxas de serviço de intermediação. Atualizações ou alterações que podem afetar as operações ou contratos. Base de dados dos imóveis. Resultados dos contactos ou visitas. Código de ética e política de confidencialidade da organização. Legislação em vigor sobre a proteção dos consumidores e proteção de dados.

UC2: GERIR VENDAS E COORDENAR A EQUIPA COMERCIAL

Código: UC214_4

Nível: 4

Elementos de competência e Critérios de Desempenho

EC 1: Organizar os recursos humanos, técnicos e materiais necessários para garantir o desenvolvimento do plano de vendas.

- CD 1.1. O volume de vendas é definido em função das áreas geográficas de implementação, o número de clientes/pontos de vendas, os produtos/serviços comerciais, atividades e orçamentos disponíveis de forma a otimizar os recursos disponíveis para a implementação do plano de vendas.
- CD 1.2. O perfil do posto de trabalho dos membros da equipa de vendas é definido em função do tipo de cliente e objetivos do plano de vendas.
- CD 1.3. O número de comerciais é distribuído de acordo com os critérios estabelecidos e as horas de trabalho, atribuindo horários, número de visitas, quotas de vendas para atender e/ou estabelecer contactos necessários de modo a garantir o cumprimento dos objetivos do plano operacional de vendas.
- CD 1.4. As atividades/tarefas de cada membro da equipa comercial realizadas no escritório são determinadas através da atribuição horários, rotas e métodos para atingir os objetivos.
- CD 1.5. O plano de vendas/ações é transmitido aos comerciais utilizando os procedimentos adequados: técnicas de apresentação, comunicação e reuniões de equipa e através de reuniões pessoais com cada comercial, explicando os objetivos gerais e específicos para cada membro.
- CD 1.6. Os objetivos coletivos/individuais dos membros da equipa comercial são comunicados promovendo a ideia de responsabilidade partilhada e impulsionando a transparência da gestão de informação.
- CD 1.7. As operações comerciais de carácter estratégico e os clientes com maior faturação e/ou fidelização, são atribuídos aos comerciais mais experientes ou com melhores qualidades de atendimento, com vista a garantir o cumprimento dos objetivos de venda.
- CD 1.8. As relações comerciais com os clientes são garantidas, organizando a equipa comercial, os meios e suportes de contacto possíveis, favorecendo a execução dos objetivos do plano comercial.

EC 2: Liderar a equipa comercial, facilitando o seu envolvimento e motivação com vista a estimular o cumprimento dos objetivos de vendas, valores e identidade corporativa.

- CD 2.1. Os valores e objetivos para os quais regem a organização, são identificados e comunicados à equipa comercial, adequando as estratégias, táticas e comportamentos de modo coerentes aos mesmos.
- CD 2.2. Os estilos de comando e liderança aplicáveis na coordenação e direção da equipa comercial são identificados e selecionados adequadamente, favorecendo a obtenção de maior rendimento, maior desempenho profissional e pessoal, com vista a garantir a rentabilidade do processo e gestão comercial.
- CD 2.3. O estilo de liderança e direção da equipa comercial é exercido, tendo em conta o plano de vendas, as suas características, os valores e a identidade corporativa da organização.
- CD 2.4. Os fatores que influenciam a motivação da equipa são identificados mediante a análise das sugestões e contribuições dos seus membros, a realização de entrevistas pessoais e brainstorming, quando necessário, aplicando processos de comunicação eficaz.
- CD 2.5. O plano de carreira, de melhoria, de promoção a cargos de responsabilidade e de reconhecimento do valor dos membros da equipa são definidos para promover o crescimento e promoção dentro da empresa.
- CD 2.6. Os incentivos para a equipa comercial, são definidos de maneira objetiva em função dos parâmetros de rendimento predefinidos, conhecidos e mensuráveis.

CD 2.7. As técnicas de motivação são aplicadas aos membros da equipa, reconhecendo o seu desempenho no trabalho de acordo com os incentivos estabelecidos pela organização.

EC 3: Estabelecer sistemas de seguimento e controlo de metas estabelecidas no plano de atuação comercial para adotar possíveis medidas corretivas, aplicando critérios adequados à informação que se quer obter.

CD 3.1. Os critérios que permitem controlar os resultados e a atividade desenvolvida pela equipa comercial são definidos atendendo tanto a aspetos qualitativos - comportamentos e atitudes, como quantitativos - rendimentos e resultados, entre outros.

CD 3.2. Os critérios de controlo de resultados e atividades desenvolvidas são comunicados à equipa comercial, explicando onde devem concentrar os seus esforços e os métodos seguir.

CD 3.3. O sistema de controlo que permite comparar a informação recolhida com os padrões ou critérios de controlo predefinidos, são determinados de acordo com a sua aptidão para o cálculo e análise dos possíveis desvios.

CD 3.4. O processo de controlo do desenvolvimento do plano de ação comercial é organizado definindo métodos e instrumentos que detetam rapidamente eventuais anomalias.

CD 3.5. O método de seguimento e controlo da atividade comercial, assim como os documentos ou relatórios de atividade são transmitidos à equipa comercial de forma assertiva e concisa, de modo a garantir a compreensão e esclarecimento de todas as possíveis dúvidas.

CD 3.6. Os formulários ou impressos utilizados para a realização do relatório de visita/contacto são elaborados a partir da recolha de todos dados possíveis (qualitativos e quantitativos) que são gerados durante a visita/venda/contacto, nomeadamente: dados do cliente, formulários de visitas e a anterior, objetivo, produtos discutidos, resultados alcançados (vendas/pedidos e ação necessária) e tempo de duração da visita, entre outros.

CD 3.7. O relatório da visita/contacto com o cliente é elaborado de forma simples e de fácil preenchimento e de maneira que cumpram o objetivo para controlar/medir a atividade de vendas.

CD 3.8. As informações para controlar a atividade de vendas: resultados de vendas, visitas conjuntas, incidências, reclamações, queixas, etc., são recolhidas em tempo útil utilizando, se necessário, os documentos e relatórios de venda, das visitas/contactos dos comerciais com os clientes.

EC 4: Supervisionar o cumprimento dos objetivos e quotas de vendas da equipa comercial realizando o seguimento para adotar as possíveis medidas corretivas e conseguir o sucesso da gestão comercial.

CD 4.1. A informação diária, semanal, mensal ou exercício anual, sobre a situação e rentabilidade das vendas, penetração no segmento e vinculação/fidelização dos clientes, entre outros, são obtidos periodicamente através do cálculo de rácios específicos: objetivo/realização, número de pedidos/visitas, vendas por produto/zona/cliente e gastos/vendas entre outros.

CD 4.2. A análise de vendas e a tendência é realizada utilizando: curvas de valores mensais, os valores acumulados e Total Anual Móvel (TAM), entre outros, obtendo conclusões sobre a evolução do plano de vendas.

CD 4.3. Os principais índices estatísticos de controlo da venda: índice de rotação, cobertura, tamanho médio do pedido, vendas media por cliente, rentabilidade por metro quadrado, por pedido, limiar de rentabilidade, eficiência comercial, gasto/venda são calculados periodicamente sobre dados concretos, quantificáveis e interpretáveis e utilizando, se necessário, aplicações informáticas.

CD 4.4. As ferramentas de previsão de vendas: tendências – ciclo (medias móveis, regressão, entre outras), sazonalidade, externalidades, calendário, promoções, escalões, e outros são selecionados, de acordo com o grau de explicação para a evolução dos objetivos de venda.

CD 4.5. O relatório é elaborado incluindo os dados internos e externos que permitem comprovar e avaliar a atividade comercial da equipa de vendas, observar o comportamento do

mercado e da concorrência, utilizando as aplicações informáticas.

- CD 4.6. Os dados obtidos de cada membro da equipa comercial são comparados com os dados estimados da empresa ou da equipa, permitindo assim detetar os desvios e reconduzindo-os para a consecução dos objetivos previsto

EC 5: Aplicar medidas corretivas às anomalias detetadas no plano de vendas com vista a otimizar a atividade comercial, de acordo com os objetivos estabelecidos.

- CD 5.1. O balanço qualitativo e quantitativo da atividade de vendas, é realizado através da comparação das realizações e previsões e propondo ações corretivas quando os desvios não forem favoráveis.
- CD 5.2. Os desvios no cumprimento dos objetivos de cada etapa do processo, e a previsão do seu comportamento são detetados inicialmente, de acordo com os procedimentos estabelecidos: fixação de taxas de referência, desvio-padrão, comparação dos rácios e indicadores com índices de referência entre outros.
- CD 5.3. O procedimento para aplicar as medidas para corrigir os desvios detetados são estabelecidos tendo em conta os parâmetros comerciais identificados: cliente, competência, produto e o ambiente entre outros, e de acordo como os objetivos estabelecidos pela organização.
- CD 5.4. Os desvios detetados são corrigidos através da revisão do plano comercial, reajustando os indicadores, ou exigindo um maior esforço da equipa comercial quando a mesma reconfirma que os objetivos são alcançáveis nas condições atuais.
- CD 5.5. As medidas corretivas são comunicadas aos departamentos e ao pessoal envolvido de modo a ser adaptado as alterações efetuadas.
- CD 5.6. Os resultados obtidos das medidas corretivas que estão sendo implementados com vista a atingir os objetivos de venda são recolhidos, em tempo útil, transmitindo a direção, utilizando as aplicações informáticas.
- CD 5.7. O relatório contendo os resultados da avaliação da atividade comercial é transmitida à direção, com vista a propor correções relativas à organização do trabalho e à gestão da equipa comercial, além da promoção dos membros da equipa dentro da empresa.

EC 6: Processar e organizar as informações necessárias para a conceção e desenvolvimento de plano de formação e melhoria das equipas comerciais, de acordo com as necessidades detetadas e as especificações recebidas para melhorar a sua capacitação, eficácia e eficiência.

- CD 6.1. As necessidades de formação, tanto a nível individual como coletivo são detetadas recolhendo e analisando as sugestões e contribuições através de entrevistas pessoais e/ou em grupo, e do seguimento do seu desempenho.
- CD 6.2. Os objetivos do plano de formação da equipa comercial são determinados em função dos objetivos previstos e as necessidades da formação identificadas.
- CD 6.3. Os recursos necessários para a formação da equipa comercial são identificados em função dos membros da equipa e os objetivos de formação previstos.
- CD 6.4. O plano de formação inicial dos membros da equipa é concebido de acordo com as funções e operações comerciais a efetuar em cada posto e as particularidades e requisitos do trabalho a realizar.
- CD 6.5. O plano de formação é estabelecido, em função das capacidades, desempenho e levantamento de necessidades incluindo os seguintes dados: definição dos problemas, enumeração das causas, propostas/sugestões de melhorias e identificação das melhorias esperadas.
- CD 6.6. O plano de formação contínua para melhoria da equipa comercial é estabelecido completando a formação inicial dos membros e a formação em novos produtos, serviços, mudanças na organização e/ou implementação de novos sistemas ou tecnologias adequadas.
- CD 6.7. A formação teórica e prática, é organizada aplicando técnicas de organização de trabalho e agendamento de tarefas.

- CD 6.8. O método de ensino/aprendizagem é determinado adaptando-se às características da equipa, às necessidades identificadas e aos objetivos estabelecidos.
- CD 6.9. O plano de formação da equipa comercial é avaliado, analisando a assimilação das capacidades e habilidades práticas que determinam a sua evolução e profissionalização.

EC 7: Gerir as situações de tensão e de conflito que surgem na sua equipa comercial, por meio de negociação, conciliação e participação dos membros, com vista a melhorar as relações e o ambiente de trabalho.

- CD 7.1. O conflito é identificado de acordo com os diferentes pontos de vista e focos de discórdia entre as partes.
- CD 7.2. O método a ser utilizado na gestão de conflitos é identificado, considerando todas as possíveis técnicas de resolução: negociação e procedimentos de tomada de decisão em grupo – consenso, melhorias e outros – ou por delegação a representantes.
- CD 7.3. Os fatores que influenciam a tomada de decisão para resolver o conflito são identificados por meio da análise da dificuldade do tema e as atitudes das pessoas envolvidas.
- CD 7.4. As alternativas na tomada de decisão são geradas, avaliando a possibilidade de consequências adversas, probabilidade, gravidade e os riscos associados.
- CD 7.5. A escolha final na tomada de decisão é alcançada buscando o maior grau possível de aceitação entre os membros da equipa e os objetivos da organização.
- CD 7.6. As estratégias de negociação são identificadas e selecionadas através da análise do potencial de cada um na resolução de conflitos.
- CD 7.7. Os objetivos para negociar, antes da situação de conflito, são definidos de forma realista, determinando até onde se pode ceder e que alternativas satisfazem ambas as partes e que levem à mudança, assim como a margem mínima a que se devem renunciar.
- CD 7.8. A posição adotada antes da resolução do conflito é tomada de forma flexível, segura e sempre com predisposição positiva para acordos, respeitando o outro e em função dos objetivos gerais da organização.
- CD 7.9. A negociação é concluída em acordos que atendam às necessidades de ambas as partes, sob um ambiente de cordialidade e deixando a porta aberta para novas negociações.

Contexto profissional

Meios de produção

Equipamentos: computadores pessoais na rede local ligada à Internet, telefones móveis. Calculadora. Fax. Periféricos de saída e entrada de informações. Aplicações de computador de: Software específico, folhas de cálculo, bases de dados, processadores de textos, apresentações, correio eletrónico, planeamento de negócios, navegadores da Intranet.

Produtos e resultados

Perfis de negócios. Relatórios de visitas / contactos feitos. Delimitação de vendas. Acompanhamento do plano de vendas. Controlo de Vendas. Controlo da qualidade de serviços. Relatório de dados internos e externos sobre a atividade comercial da equipa de vendas. Resultados da atividade de vendas. Denúncia de anomalias. Medidas corretivas no plano de vendas. Plano formação, equipamento inicial. Plano de formação da equipa. Guião. Elaboração de propostas. Promoção dos membros da equipa. Plano de avaliação da Equipa. Relatório de avaliação sobre os resultados da equipa.

Informação utilizada ou gerada

Plano de negócios. Estratégia de negócios da empresa. Previsões de vendas. Relatórios de acompanhamento e controlo de atividade comercial. Relatórios de visitas. Objetivos e cotas de vendas. Organização da equipa de vendas. Informações atuais e históricas sobre o status e o desempenho de vendas e penetração no segmento, links e fidelização de clientes. Conclusões sobre a evolução do plano de vendas. Informações de anomalias e medidas corretivas no plano de vendas. Planos de carreira. Plano de incentivos da equipa. Resumo das sugestões e contribuições dos membros da equipa. Relatório de desempenho dos membros da equipa e as previsões da organização. Plano de

formação e promoção dos membros da equipa. Formulário de Análise de Formação. Planeamento. Formulário formação.

UC3: AUXILIAR NA MEDIÇÃO E PROCEDIMENTOS LEGAIS, FISCAIS E DE OPERAÇÕES DE FINANCIAMENTO IMOBILIÁRIO

Código: UC215_4

Nível: 4

Elementos de competência e Critérios de Desempenho

EC 1: Verificar as condições jurídicas, tanto a situação legal atual na transação imobiliária como a sua posterior comercialização, para informar sobre a sua autenticidade no contexto da legislação vigente.

- CD 1.1. As informações do imóvel: os dados de registo de propriedade, titularidade, capacidade jurídica dos titulares, representação, classificação e características - são interpretadas através da documentação e/ou escritura de propriedade solicitada ao cliente/proprietário de acordo com a regulamentação em vigor.
- CD 1.2. As informações contidas na documentação do imóvel são comparadas com a nota de registo da propriedade e/ou fontes de órgãos oficiais, detetando os erros, irregularidades e discrepâncias que invalidam a transação.
- CD 1.3. As obrigações, encargos, hipotecas, ou outras condições que tinham a propriedade/imóvel são deduzidos na documentação obtida a partir do registo de propriedade ou fornecido pelo proprietário ou representante autorizado.
- CD 1.4. As informações sobre as discrepâncias, erros, irregularidades ou acusações no título de propriedade são transmitidas ao proprietário, apresentando as soluções alternativas para correção das mesmas.
- CD 1.5. A informação do pagamento do imposto predial (IUP) e despesas de condomínio são encontradas na última nota fiscal original, facultada pelo administrador ou presidente do condomínio, associação de moradores, proprietário ou representante autorizado.
- CD 1.6. O título de propriedade, hipotecas e penhoras, são analisados avaliando ações que não impedem a operação - prorrogação e modificação de hipotecas, direitos de terceiros e disputas litigiosas - respeitando a normativa vigente.
- CD 1.7. A planta de localização do imóvel é obtida segundo os regulamentos de planeamento urbanístico da Câmara Municipal e posteriormente apresentada ao cliente, de acordo com o procedimento estabelecido.

EC 2: Intermediar com transparência a consolidação da transação imobiliária, aplicando técnicas de mediação para finalizar e formalizar os seus termos e em conformidade com a legislação vigente, dentro do prazo e modo estabelecido.

- CD 2.1. Os termos da transação são negociados conciliando os interesses das partes, proprietário e requerente, com vista a detetar os pontos de interesse comum, a fim de aproximar as posições e estratégias de negociação vantajosas para ambos.
- CD 2.2. As dúvidas, incertezas e inseguranças das partes integrantes da mediação imobiliária são esclarecidas com base no apoio documental e provas.
- CD 2.3. Os termos da transação são aceites por ambas as partes formalizando-os de forma transparente, de acordo com os procedimentos estabelecidos, e completando, se necessário, um documento escrito ou títulos reserva de compra ou arrendamento, caução, pré-contrato ou outros, especificando todos os aspetos acordados para fechar a transação - preço, prazo, forma de pagamentos entre outros - aplicando técnicas de resolução de conflitos, se houver.
- CD 2.4. A rejeição das condições por uma das partes, é transmitida em tempo útil e forma estabelecida à outra parte, garantindo que ambos tenham acesso à informação atualizada sobre o estado da transação.
- CD 2.5. O compromisso acordado entre as partes é supervisionado através da documentação de formalização da transação, transmitindo os erros e anomalias aos responsáveis pela correção.

- CD 2.6. O compromisso, tanto na compra ou arrendamento com o cliente - candidato é formalizado preenchendo o contrato inicial de compra ou arrendamento do imóvel, reserva, sinal em dinheiro ou contrato de penhora, entre outros, seguindo o modelo estabelecido pela organização e respeitando a legislação vigente.
- CD 2.7. A documentação e medidas necessárias para que a operação tenha êxito é efetivada com a assinatura do acordo entre as partes, e o fecho da transação de acordo com as normas vigentes.
- CD 2.8. As leis de proteção ao consumidor que afetam as transações imobiliárias são respeitadas na intermediação e nas operações, interpretando corretamente a responsabilidade das partes e do mediador.

EC 3: Informar as partes das despesas de formalização, as obrigações e benefícios fiscais da transação imobiliária de acordo com as legislações vigentes.

- CD 3.1. As obrigações fiscais/tributárias geradas pela transação imobiliária e condições disponíveis para o seu cumprimento são comunicadas, oralmente e/ou por escrito, para cada uma das partes em função da operação imobiliária, as práticas e a legislação vigente.
- CD 3.2. Os potenciais benefícios fiscais de investimento no sector imobiliário e/ou subvenções, subsídios, vendas ou arrendamento são identificados, interpretando a legislação vigente da transação imobiliária.
- CD 3.3. O valor dos impostos cobrados sobre operações imobiliárias - imposto de transferência patrimonial, IVA ou outros - é calculado a partir das fórmulas de cálculo e quota da tributação no local, onde a operação é realizada, em conformidade com as normativas vigentes e utilizando, se necessário, a calculadora ou ferramentas de cálculo apropriadas.
- CD 3.4. A obrigação, os prazos para o pagamento de impostos e os ganhos gerados na transação do imóvel são comunicados à parte comprometida para o pagamento ao órgão competente.
- CD 3.5. Os custos de formalização da transação imobiliária são calculados tendo em conta o custo do advogado e notariado – registo predial - da operação usando uma calculadora ou ferramentas de cálculo disponível.
- CD 3.6. A distribuição dos custos adicionais da transação imobiliária é transmitida às partes identificando as obrigações de cada um e respeitando a normativa vigente e as práticas do sector.

EC 4: Orientar os clientes sobre as ofertas e as principais modalidades de financiamento a fim de obter as garantias bancárias e/ou capital necessário, para o fecho da transação imobiliária.

- CD 4.1. As informações e os requisitos de ofertas das instituições financeiras sobre as modalidades de financiamento são disponibilizados aos interessados, para a sua escolha.
- CD 4.2. A informação pessoal do cliente - o trabalho, salário, idade, aval e/ou garantias disponíveis é obtida através dos documentos apresentados ou na entrevista realizada com o mesmo.
- CD 4.3. As condições de acesso ao financiamento ou garantia bancária exigida para a transação são comunicadas ao cliente/candidato com a devida correção técnica, esclarecendo as dúvidas, de acordo com a regulamentação e prática usual na intermediação imobiliária.
- CD 4.4. A capacidade de endividamento do cliente é calculada aplicando o rácio da dívida e a capacidade de reembolso do mesmo, a partir da renda e/ou patrimónios hipotecados.
- CD 4.5. Com base nas informações do cliente é analisado a viabilidade financeira em função do capital e/ou rendimento necessário para a operação, e a sua capacidade de endividamento.
- CD 4.6. As alternativas de financiamento das transações imobiliárias, as instituições de crédito e as ofertas são comunicadas ao cliente, oralmente ou por escrito, de acordo com o procedimento estabelecido pela organização e respeitando as leis existentes para a defesa do consumidor.
- CD 4.7. O acompanhamento da concessão do financiamento e/ou garantia bancária do cliente é

feito mantendo o contacto com os responsáveis e a entidade financiadora.

EC 5: Auxiliar na gestão e tramitação das obrigações contraídas pelas partes para a melhoria e fecho da transação imobiliária.

- CD 5.1. Os direitos e obrigações das partes para a transação imobiliária e o mediador da mesma são identificados de acordo com as normas vigentes e práticas do sector.
- CD 5.2. A informação sobre a realização e a tramitação da documentação necessária para a formalização da operação é comunicada aos interessados, de acordo com as práticas e exigências legais, no caso de transferência de propriedade, bens ou imóveis perante o notário.
- CD 5.3. As formalidades necessárias para o fecho da transação são transmitidas à parte, no prazo previsto para a sua conclusão.
- CD 5.4. A documentação necessária para o ato da escritura pública e/ou contrato de arrendamento é preparada, de acordo com a legislação em vigor, com vista a garantir o sucesso da operação.

Contexto profissional

Meios de produção

Equipamentos: computadores pessoais na rede local ligada à Internet, telefones móveis. Calculadora. PDAs, Fax. Periféricos de saída e entrada de informações. Mobiliário e material de escritório. Meios de pagamento eletrónico.

Aplicações de computador: Software específico - sistema de gestão da propriedade comercial. Aplicação da organização do trabalho e gestor de tarefa, base de dados, processadores de textos, SIM, apresentações, correio eletrónico, planeamento de negócios, Internet, navegadores da Intranet. EDI Sistema

Produtos e resultados

Situação jurídica atual da transação imobiliária. Título de propriedade. Registo da propriedade. Detecção de falhas ou irregularidades no Imóvel/propriedade. A viabilidade da transação imobiliária. Negociação e intermediação das condições da transação imobiliária. Ajudar as partes na transação de propriedade. Contrato de reservas, de compra ou de arrendamento, caução, compromisso ou garantia. Verificação da conformidade das condições da operação. Relatório de despesas para a formalização. Passivos fiscais da operação. Capacidade de endividamento do cliente. Viabilidade económico-financeira da operação. Seguimento da concessão de garantia bancária / financiamento ao cliente.

Informação utilizada ou gerada

Normas em vigor no sector imobiliário, planeamento urbanístico, tributário e de registo. Escritura de propriedade/imóvel. Recibos de contribuição da propriedade. Justificativos dos gestores de propriedades e/ou responsável de condomínio. Informações sobre os impostos, encargos, ónus, hipotecas ou outras condições que tiverem o imóvel/propriedade. Informações de possíveis condições urbanas, propriedade vertical/horizontal e alvarás. Informações notarial e de registo. Informações e procedimentos para propostas e/ou modalidades de financiamento nas instituições financeiras. Informação das condições de garantias bancárias. Informações de clientes sobre domiciliação do salário, vida profissional, idade, aval e garantias reais. Informações de especialistas/profissional e/ou registos públicos.

UC4: EFETUAR A VENDA E A DIVULGAÇÃO/PROMOÇÃO DE PRODUTOS IMOBILIÁRIOS UTILIZANDO DIFERENTES CANAIS DE MARKETING

Código: UC216_4

Nível: 4

Elementos de competência e Critérios de Desempenho

EC 1: Realizar ações para promover a carteira imobiliária, utilizando técnicas de promoção e relação com o cliente, a fim de garantir uma disseminação coordenada com o estabelecido no plano de vendas.

- CD 1.1. As ações de promoção do catálogo de imóveis/propriedades no mercado são feitas a partir do plano de marketing e vendas da agência ou organização imobiliária, utilizando técnicas promocionais on-line e off-line.
- CD 1.2. A divulgação e promoção dos imóveis/propriedades, através de ações de marketing direto - telemarketing, publicidade, cartazes, redes sociais ou outras -, são realizadas de forma proactiva, usando as bases de dados e aplicações de gestão de relacionamento com clientes, e.g., CRM ("*Customer Relationship Management*"), seguindo os critérios estabelecidos pela organização.
- CD 1.3. O conteúdo dos anúncios imobiliários e materiais de comunicação direta, nomeadamente: cartas, cartazes, folhetos, desdobráveis, entre outros são concebidos numa linguagem simples e persuasiva, aplicando as técnicas de marketing e de atração do público-alvo assim como aplicações informáticas de apresentação e edição de textos.
- CD 1.4. As informações disponíveis do imóvel/propriedade – dados, imagens ou fotos, entre outros - são preparadas para inserção em mensagens publicitárias e nos meios de divulgação estabelecidos nomeadamente: anúncios em jornais, revistas, panfletos, cartazes ou outros - verificando a sua precisão e adequação ao meio de divulgação ou critérios definidos pelo fornecedor.
- CD 1.5. As informações necessárias para a inserção de anúncios publicitários dos imóveis/propriedades nos meios digitais - intranet, Web, portal Web, portais genéricos ou outros -, são preparadas, selecionando as informações, fotos e imagens, de acordo com os critérios de envio específicos, de modo a garantir a veracidade, precisão e atualização das mesmas.
- CD 1.6. Os cartazes e o material promocional da organização são colocados e atualizados regularmente sobre os móveis comerciais do estabelecimento, loja, bares, quiosques, lugares de serviço público, lojas na área da propriedade, entre outros.
- CD 1.7. A divulgação e a captação de interessados e potenciais clientes são realizadas através de ações de campanhas de promoção diretas e personalizadas, utilizando aplicações de gestão de relacionamento com clientes (CRM ou outro), de modo a facilitar um novo contacto.
- CD 1.8. Os detalhes das transações imobiliárias realizadas com sucesso são extraídos do sistema de gestão comercial imobiliário, e apresentados aos superiores como prova do profissionalismo da organização, para efeito de divulgação de seus imóveis, ou para qualquer outro uso.

EC 2: Identificar as necessidades e disponibilidade do cliente/procurador para a compra ou arrendamento do imóvel, de acordo com o seu perfil e características socioeconómicas, de modo a adequar a procura à carteira de imóveis disponíveis e registar as suas necessidades.

- CD 2.1. As necessidades, desejo, capacidade económica e financeira do cliente são detetados através de aplicação questionários específicos seguindo um guião predefinido.
- CD 2.2. O comportamento e a linguagem não verbal do cliente/procurador e seus acompanhantes são interpretados, detetando a influência, recetividade e capacidade de recusa ou de adesão de cada um.
- CD 2.3. A capacidade económica e financeira e as necessidades expressas pelo cliente são

identificadas e extraídas na entrevista ou conversa e classificadas em função das prioridades.

- CD 2.4. O primeiro cruzamento entre as necessidades do cliente e as características das propriedades disponíveis é realizada por meio da análise das que melhor atendam à capacidade económica e financeira.
- CD 2.5. A informação sobre as características dos imóveis mais procurados pelos clientes e as oportunidades de negócios observado é transmitida aos responsáveis pela angariação e expansão da carteira de imóveis da organização.
- CD 2.6. A informação das visitas na página Web, respostas aos questionários e demandas on-line de produtos imobiliários são analisadas detetando as necessidades dos clientes.
- CD 2.7. A avaliação da adequação da carteira de imóveis disponíveis para as necessidades do cliente é realizada em conjunto e de acordo com o perfil predefinido, analisando os desvios e as possibilidades de reconfiguração do objetivo de compra ou arrendamento.
- CD 2.8. Os dados do cliente/candidatos são registados no sistema de gestão de comercial da organização, reunindo os critérios de confidencialidade aplicáveis segundo a regulamentação em vigor e a política de privacidade da organização.

EC 3: Informar aos clientes/candidatos sobre a oferta ou carteira de imóveis disponíveis e sob medida, aplicando técnicas de atendimento e comunicação personalizadas, a fim de especificar as condições da operação da intermediação imobiliária.

- CD 3.1. A seleção de imóveis/propriedades, adequadas às necessidades e pedidos dos clientes/candidatos, é realizada consultando as bases de dados de imóveis/propriedade da agência ou organização.
- CD 3.2. O catálogo de imóveis/propriedade selecionado é incluído num relatório ou estudo comparativo, dando prioridade ao perfil, zonas/áreas de preferência do cliente, o preço e as características do imóvel requerido.
- CD 3.3. A apresentação do processo aos interessados sobre os imóveis selecionados, é realizada de forma personalizada, utilizando, se necessário, as fotografias, gravações, imagens ou outros documentos do imóvel, informando as condições da operação.
- CD 3.4. As características, elementos básicos, qualidades e acabamentos do imóvel são transmitidos aos clientes com a correção técnica, esclarecendo, em alguns casos, as dúvidas de forma minuciosa e transparente.
- CD 3.5. As informações sobre o imóvel são transmitidas ao cliente, aplicando técnicas e meios de comunicação adequados, quer presencial ou não.

EC 4: Obter a informação complementar significativa do cliente sobre a venda ou arrendamento, através da visita a um ou mais imóveis/propriedades, aplicando técnicas de vendas para efetivar a transação imobiliária.

- CD 4.1. A marcação da visita ao imóvel/propriedade selecionada é consertada no dia e hora, programando-a de acordo com o plano de rentabilização de tempo e esforço mútuo, em função das áreas/zonas a visitar, as datas e a disponibilidade de tempo do cliente/candidato, anunciando, em caso de acordo, a visita ao cliente/proprietário.
- CD 4.2. As informações e formulários dos imóveis a visitar com o cliente são obtidos, antes da visita e de forma completa, solicitando esclarecimento de todas as questões pouco claras ou incompletas ao superior ou proprietário imobiliário, utilizando, se necessário, a informação contida no sistema de gestão comercial.
- CD 4.3. O dossier do imóvel a visitar é apresentado ao cliente/candidato, preparando toda a informação necessária, de forma clara e precisa.
- CD 4.4. O esclarecimento de dúvidas, objeções ou outros pedidos de informação são conseguidos de forma proactiva, através de uso de argumentos específicos de venda, em caso de ultrapassar o seu âmbito de responsabilidade, redireccionando-as aos profissionais competentes nomeadamente: advogados, arquitetos, consultores financeiros ou outros.
- CD 4.5. As condições estabelecidas pelo proprietário no processo de mediação são transmitidas

ao cliente, recolhendo as pretensões levantadas por ele para a sua aceitação e negociação.

- CD 4.6. O formulário de visita ou documentação de suporte ou controlo da mesma é preenchido de modo a demonstrar a data e a hora da mesma, às pessoas envolvidas, salvaguardando os dados pessoais, seguindo as regras de proteção de dados e a política de confidencialidade da organização e a sua posterior transmissão aos superiores.

EC 5: Atender e resolver as sugestões e reclamações apresentadas pelos clientes, de acordo com os critérios e procedimentos estabelecidos pela organização, respeitando as normas de proteção do consumidor vigentes.

- CD 5.1. A natureza da reclamação é identificada, reunindo a documentação exigida, cumprindo os procedimentos estabelecido e informando o cliente do processo a ser seguido.
- CD 5.2. As reclamações do cliente são recebidas com uma postura assertiva, segura e positiva, mostrando interesse e apresentando oportunidades para facilitar o acordo, aplicando os critérios estabelecidos pela organização.
- CD 5.3. As reclamações são valorizadas como fonte de informação e para a melhoria a qualidade do serviço de intermediação imobiliária, registando-as para posterior análise e melhoria contínua do serviço ao cliente.
- CD 5.4. As possibilidades de resolução e responsabilidade de assumi-las são identificadas através da aplicação de técnicas de resolução de conflitos, de acordo com os critérios estabelecidos pela organização e as normativas vigentes.
- CD 5.5. A reclamação ou incidência que excede a responsabilidade atribuída é canalizada para o superior hierárquico com celeridade e utilizando o procedimento estabelecido.

EC 6: Realizar o seguimento e controlo das operações de manutenção da qualidade na prestação de serviços de intermediação imobiliária, atualizando continuamente o sistema de gestão comercial de imóveis.

- CD 6.1. O seguimento do contacto do potencial cliente é feito, até à conclusão da operação e/ou do cancelamento da compra/arrendamento, de acordo com o programa de seguimento estabelecido pela organização, estabelecendo comunicações contínua e programadas.
- CD 6.2. As alterações nos dados de transações imobiliárias e visitas são registadas na aplicação ou sistema de gestão comercial de imóveis, de modo a manter a informação ativa e atualizada, seguindo o procedimento estabelecido e respeitando as regras de proteção de dados.
- CD 6.3. As informações e/ou documentos gerados pelo processo de comercialização do imóvel são registados e/ou arquivado seguindo o procedimento estabelecido usando, se for caso disso, as aplicações informáticas e/ou ferramentas de organização do trabalho.
- CD 6.4. O relacionamento com o cliente/interessado é mantido, além do momento de contacto e/ou visitas aos imóveis, aplicando estratégias de fidelização e marketing direto pelas vias ou canais mais eficazes em cada caso, nomeadamente: telefone, e-mail, carta ou outro, incentivando e persuadindo as possibilidades de compra dos imóveis visitados e convidando a novas visitas ou outras transações imobiliárias.
- CD 6.5. O controlo das visitas e contactos feitos com clientes/interessados, assim como o desenvolvimento das operações são realizados periodicamente, analisando os formulários de visitas e relatórios de atividades realizadas, detetando situações de anomalias, sugerindo melhorias contínuas para a sua transmissão aos superiores.
- CD 6.6. A qualidade do sistema de gestão comercial de imóveis é medida a partir de indicadores de sucesso/insucesso das operações, o número de operações organizadas para visitas e/ou respostas aos questionários de satisfação dos clientes, avaliando as possíveis melhorias no processo de comercialização e/ou gestão imobiliária.

Contexto profissional

Meios de produção

Equipamentos: computadores pessoais em rede local com acesso à Internet, telefones, calculadora. Bases de dados da agência imobiliária e parceiros. Mobiliário comercial e vitrina do estabelecimento. Câmera e material fotográficos. Programas informáticos: processadores de texto. Folhas de cálculos. Correio eletrônico. Aplicação do sistema de gestão comercial. Bases de dados. Folhetos, cartazes e outros meios de publicidade.

Produtos e resultados

Inserção de informações de imóveis para a sua divulgação em diversos meios de comunicação (imprensa, rádio, Web, portal rede, portais genéricos). Posters e informações escritas de imóveis. Atividades de gestão e disseminação marketing direto de propriedades.

Brochuras de publicação simples para desktop. Detecção de necessidades e oportunidades de negócios imobiliários. Visitas aos imóveis e reuniões com clientes. Formulário de visitas e documentos de suporte/controlo das visitas nos imóveis. Cartões de visita. Documento justificativo da formalização do compromisso de compra/arrendamento imóveis. Esclarecimento de dúvidas, objeções ou outras. Tratamento de reclamações. Contrato de venda/arrendamento. Atendimento a clientes. Documentos de transações imobiliárias: pré-acordo de venda ou arrendamento; contrato reserva, entre outros.

Informação utilizada ou gerada

Informação necessária para a inserção de publicidade do imóvel. Necessidades e capacidades de compra ou arrendamento. Informação sobre a capacidade financeira do cliente. Plano de vendas estabelecido pela organização. Carteira de imóveis.

Relatórios sobre a situação do mercado imobiliário. Argumentações de vendas específicas. Estudo comparativo de imóveis e preços do mercado. Informações geradas no processo de comercialização. Informações das transações realizadas. Documento/formulário escrito de reserva, compra ou arrendamento. Escritura pública de venda ou contrato de arrendamento. Regulamentos que regem as transações imobiliárias. A legislação vigente de proteção de dados e defesa do consumidor. Política de privacidade e confidencialidade dos dados. Plano fidelização e seguimento pós-venda da organização.

UC5: COMUNICAR EM INGLÊS, COM UM NÍVEL DE USUÁRIO INDEPENDENTE, NOS RELACIONAMENTOS E ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS E DE INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA

Código: UC217_4

Nível: 4

Elementos de competência e Critérios de Desempenho

EC 1: Interpretar a informação oral em inglês para atender e satisfazer as necessidades e/ou reclamações do cliente.

- CD 1.1. As necessidades dos clientes são interpretadas através de conversas e entrevistas, presenciais ou à distância, em inglês, verificando a informação recebida do cliente.
- CD 1.2. Os detalhes relevantes para satisfazer as necessidades do cliente: características dos imóveis, preços, condições de pagamento ou outros são extraídos de forma exaustiva e minuciosa, recorrendo aos esclarecimentos necessários para a sua compreensão completa.
- CD 1.3. As instruções orais, são interpretadas com facilidade, em língua padrão, de forma clara e concisa.
- CD 1.4. A informação relevante em uma reclamação oral, é interpretada com vista a facilitar a sua resolução, se necessário, remeter ao superior hierárquico.

EC 2: Interpretar as informações nos documentos de transações imobiliárias, utilizando, se necessário, o dicionário ou ferramentas de tradução.

- CD 2.1. Os dados e informações dos documentos de transações imobiliária são interpretados de modo a atender e satisfazer o cliente, pesquisando no dicionário os termos desconhecidos para a sua compreensão total.
- CD 2.2. As legislações vigentes que regulam as operações do sector são interpretadas com facilidade recorrendo, caso necessário, a consultas ou esclarecimentos para a sua compreensão na integra.
- CD 2.3. A informação contida no guião – tipo de venda /atendimento ao cliente é interpretada, procurando no dicionário os termos desconhecidos para a sua compreensão total.

EC 3: Expressar oralmente e com naturalidade favorecendo as relações com o cliente em situações de comunicação presencial ou à distância.

- CD 3.1. A comunicação oral, presencial ou à distância, é realizada de forma cordial, natural e precisa de modo a responder às necessidades do cliente.
- CD 3.2. O conteúdo do discurso oral é transmitido, adaptando-o às condições socioculturais do interlocutor, aplicando as normas de cortesia ou outras adequadas ao contexto de comunicação formal ou informal.
- CD 3.3. As mensagens orais são adaptadas ao canal de comunicação, presencial ou à distância, para garantir a correta transmissão das mesmas.
- CD 3.4. Os argumentos ou opções de resolução em diferentes situações profissionais comerciais de venda e/ou reclamação são apresentados com recursos linguísticos suficientes, utilizando uma linguagem persuasivo e clara.

EC 4: Redigir mensagens escritas simples e documentos básicos próprios das atividades comerciais, utilizando as ferramentas de tradução.

- CD 4.1. As terminologias básicas da documentação comercial são identificadas, ajustando-as aos critérios de correção lexical, gramatical e semântico e, se necessário, utilizando as ferramentas para a sua interpretação correta.
- CD 4.2. A documentação básica nas atividades de relação com os clientes: cartas comerciais, faxes, correio eletrónico, notas fiscais, formulários de pedido e de pagamento, entre

outros são preenchidas em inglês, de acordo com a terminologia, estrutura e apresentação adequadas ao tipo de documento.

CD 4.3. A correspondência e as mensagens escritas são redigidas de acordo com o registo formal e informal e usos comuns nos meios de comunicação utilizado com os clientes, utilizando a internet, correio convencional, SMS, entre outros.

CD 4.4. A linguagem abreviada das comunicações escritas é utilizada nos SMS, chat, entre outros, de forma a agilizar e fomentar as relações com o cliente.

EC 5: Comunicar oralmente com fluência e espontaneidade em situações de comunicação interpessoal com um cliente.

CD 5.1. A abordagem ao cliente é realizada com desenvoltura em inglês, fazendo perguntas e objeções sem dificuldade.

CD 5.2. As conversas informais tratando de experiências pessoais, emoções, interesses, acontecimentos atuais e outros, são desenvolvidas com fluidez, favorecendo a interação com o interlocutor convidando-o a participar e a animar a conversa.

CD 5.3. Em contextos de reclamações é interagido com o cliente, utilizando recursos linguísticos e técnicos adequados, confirmando e confrontando as informações.

CD 5.4. A linguagem corporal e comunicação não verbal é adaptada às condições socioculturais do cliente nas comunicações orais presenciais, assegurando uma receção e interpretação adequada das mensagens.

Contexto profissional

Meios de produção

Equipamentos: computadores pessoais na rede local ligada à Internet, telefones móveis. Calculadora, PDAs. Fax. Periféricos de saída e entrada de informações.

Aplicações de computador de: Software específico dicionários, tradutores ou outros. Programas para videoconferências e programas de apresentação.

Produtos e resultados

Comunicações em inglês com clientes. Venda de imóveis/propriedades. Documentação básica em inglês. Formulários de reclamação em inglês. Resolução de reclamações com clientes que falam inglês. Adequação sociolinguística de conversa em inglês com clientes.

Informação utilizada ou gerada

Documentação comercial. Guião de vendas em inglês. Formulários de reclamações. Manuais em língua inglesa: correspondência, gramática, usos e expressões. Dicionários bilingues, de sinónimos e antónimos.

UC6: COMUNICAR NUMA SEGUNDA LÍNGUA ESTRANGEIRA DIFERENTE DO INGLÊS, COM UM NÍVEL DE USUÁRIO INDEPENDENTE, NOS RELACIONAMENTOS E ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS E DE INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA

Código: UC218_4

Nível: 4

Elementos de competência e Critérios de Desempenho

EC 1: Interpretar a informação oral numa língua estrangeira diferente do inglês para atender e satisfazer as necessidades e/ou reclamações do cliente.

- CD 1.1. As necessidades dos clientes são interpretadas através de conversas e entrevistas, presenciais ou à distancia, numa língua estrangeira diferente do inglês, verificando a informação recebida com o cliente.
- CD 1.2. Os detalhes relevantes para satisfazer as necessidades do cliente: características dos imóveis, preços, condições de pagamento ou outros são extraídos de forma exaustiva e minuciosa, recorrendo aos esclarecimentos necessários para a sua compreensão completa.
- CD 1.3. As instruções orais, são interpretadas com facilidade, numa língua estrangeira diferente do inglês, de forma clara e concisa.
- CD 1.4. A informação relevante em uma reclamação oral, é interpretada com vista a facilitar a sua resolução, se necessário, remeter ao superior hierárquico.

EC 2: Interpretar as informações nos documentos de transações imobiliárias, utilizando, se necessário, o dicionário ou ferramentas de tradução.

- CD 2.1. Os dados e informações dos documentos de transações imobiliária são interpretados de modo a atender e satisfazer o cliente, pesquisando no dicionário os termos desconhecidos para a sua compreensão total.
- CD 2.2. As legislações vigentes que regulam as operações do sector são interpretadas com facilidade recorrendo, caso necessário, a consultas ou esclarecimentos para a sua compreensão na integra.
- CD 2.3. A informação contida no guião – tipo de venda /atendimento ao cliente é interpretada, procurando no dicionário os termos desconhecidos para a sua compreensão total.

EC 3: Expressar oralmente e com naturalidade favorecendo as relações com o cliente em situações de comunicação presencial ou à distância.

- CD 3.1. A comunicação oral, presencial ou à distância, é realizada de forma cordial, natural e precisa de modo a responder às necessidades do cliente.
- CD 3.2. O conteúdo do discurso oral é transmitido, adaptando-o às condições socioculturais do interlocutor, aplicando as normas de cortesia ou outras adequadas ao contexto de comunicação formal ou informal.
- CD 3.3. As mensagens orais são adaptadas ao canal de comunicação, presencial ou à distância, para garantir a correta transmissão das mesmas.
- CD 3.4. Os argumentos ou opções de resolução em diferentes situações profissionais comerciais de venda e/ou reclamação são apresentados com recursos linguísticos suficientes, utilizando uma linguagem persuasivo e clara.

EC 4: Redigir mensagens escritas simples e documentos básicos próprios das atividades administrativas e de intermediação imobiliária, numa língua estrangeira diferente do inglês, utilizando as ferramentas de tradução.

- CD 4.1. As terminologias básicas da documentação são identificadas, ajustando-as aos critérios de correção lexical, gramatical e semântico e, se necessário, utilizando as ferramentas para a sua interpretação correta.

- CD 4.2. A documentação básica nas atividades de relação com os clientes: cartas comerciais, faxes, correio eletrônico, notas fiscais, formulários de pedido e de pagamento, entre outros são preenchidas numa língua estrangeira diferente do inglês, de acordo com a terminologia, estrutura e apresentação adequadas ao tipo de documento.
- CD 4.3. A correspondência e as mensagens escritas são redigidas de acordo com o registo formal e informal e usos comuns nos meios de comunicação utilizado com os clientes, utilizando a internet, correio convencional, SMS, entre outros.
- CD 4.4. A linguagem abreviada das comunicações escritas é utilizada nos SMS, chat, entre outros, de forma a agilizar e fomentar as relações com o cliente.

EC 5: Comunicar oralmente com fluência e espontaneidade em situações de comunicação interpessoal com um cliente, numa língua estrangeira diferente do inglês.

- CD 5.1. A abordagem ao cliente é realizada com desenvoltura, fazendo perguntas e objeções sem dificuldade.
- CD 5.2. As conversas informais tratando de experiências pessoais, emoções, interesses, acontecimentos atuais e outros, são desenvolvidas com fluidez, favorecendo a interação com o interlocutor, convidando-o a participar e a animar a conversa.
- CD 5.3. Em contextos de reclamações, interagir com o cliente utilizando recursos linguísticos e técnicos adequados, confirmando e confrontando as informações.
- CD 5.4. A linguagem corporal e comunicação não verbal é adaptada às condições socioculturais do cliente nas comunicações orais presenciais, assegurando uma recepção e interpretação adequada das mensagens.

Contexto profissional

Meios de produção

Equipamentos: computadores pessoais na rede local ligada à Internet, telefones móveis. Calculadora, PDAs. Fax. Periféricos de saída e entrada de informações.

Aplicações de computador: Software específico dicionários, tradutores ou outros. Programas para videoconferências e programas de apresentação.

Produtos e resultados

Comunicações numa língua estrangeira diferente do inglês com clientes. Venda de imóveis/propriedades. Documentação básica numa língua estrangeira diferente do inglês. Formulários de reclamação numa língua estrangeira diferente do inglês. Resolução de reclamações com clientes que falam uma língua estrangeira diferente do inglês. Adequação sociolinguística de conversa numa língua estrangeira diferente do inglês com clientes. Adequação sociolinguística das conversas em idioma diferente do inglês com os clientes.

Comunicação interativa independente com clientes e profissionais do sector para as transações comerciais e interpretação de documentos profissionais e técnicos relacionados com a atividade.

Informação utilizada ou gerada

Documentação comercial. Guião de vendas numa língua estrangeira diferente do inglês. Formulários de reclamações. Manuais e Gramática numa língua estrangeira diferente do inglês: correspondência, gramática, usos e expressões. Dicionários monolíngues, bilingues, de sinónimos e antónimos. Publicações diversas em idiomas diferentes do inglês, especializadas no sector imobiliário. Manuais de cultura de diversas procedências. Diretrizes e protocolos. Processos comerciais internacionais. Terminologia comercial. Contratos e informações de cliente em outro idioma diferente do inglês.

UC7: MANUSEAR APLICATIVOS INFORMÁTICOS DE ESCRITÓRIO

Código: UC199_3

Nível: 3

Elementos de competência e Critérios de Desempenho

EC 1: Comprovar o funcionamento do equipamento informático disponível garantindo sua operacionalidade, de acordo com os procedimentos e normas estabelecidas.

- CD 1.1. O funcionamento básico do equipamento informático e o cumprimento das normas de segurança e confidencialidade eletrônica são comprovados.
- CD 1.2. As conexões de Internet e os acessos aos ficheiros partilhados e sítios *web*, são comprovados confirmando sua disponibilidade.
- CD 1.3. O funcionamento incorreto dos equipamentos ou aplicativos informáticos é detetado e resolvido a nível de utilizador recorrendo, caso necessário, aos manuais de apoio ou aos responsáveis técnicos.
- CD 1.4. As melhorias ou necessidades de atualização do equipamento informático são propostas ao superior hierárquico informando dos incidentes detetados na sua utilização.
- CD 1.5. Os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração são utilizados em caso de dúvidas ou problemas na utilização dos aplicativos.

EC 2: Obter e organizar a informação requerida para o desenvolvimento das atividades da organização na Internet ou em fontes de documentação disponíveis.

- CD 2.1. As fontes de informação são identificadas e organizadas em função da fiabilidade e facilidade de acesso.
- CD 2.2. A informação necessária para atividade é pesquisada com critérios precisos, na Internet ou nos arquivos da organização, atualizando-a com a periodicidade estabelecida.
- CD 2.3. A informação requerida, de Internet e outras fontes, é obtida com agilidade utilizando distintas ferramentas de pesquisa.
- CD 2.4. Os critérios de pesquisa na Internet ou outras fontes são utilizados eficazmente, para restringir o número de resultados obtidos, elegendo-se a fonte mais fiável.
- CD 2.5. Os dados obtidos são arquivados criando os documentos intermédios que permitam a sua posterior utilização.
- CD 2.6. As operações de limpeza e homogeneização dos resultados da pesquisa são realizadas, corrigindo os erros.
- CD 2.7. As normas de segurança e privacidade no acesso e pesquisa da informação disponível na rede são respeitadas.
- CD 2.8. Os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração são utilizados em caso de dúvidas ou problemas na utilização dos aplicativos.

EC 3: Preparar os documentos necessários utilizando aplicativos informáticos de processamento de textos e/ou de autoedição, seguindo as especificações e respeitando os formatos estabelecidos.

- CD 3.1. Os documentos requeridos são redigidos a partir da informação disponibilizada, seja manuscrita, gravação de voz ou outros suportes, e são arquivados num formato adequado e no lugar requerido, de acordo com as normas de arquivo da organização e o tipo de documento.
- CD 3.2. Os formulários de texto para os documentos de uso frequente são criados, utilizando as aplicações de escritório adequadas, respeitando as normas de estilo e imagem corporativa.
- CD 3.3. As incorreções ou erros dos dados introduzidos nos documentos são comprovados com ajuda dos assistentes da aplicação de escritório e, caso necessário, corrigidos.

- CD 3.4. Os procedimentos e as técnicas mecanográficas, estabelecidos na preparação dos documentos, são cumpridos com domínio e precisão mantendo uma posição de trabalho de acordo com condições de segurança e saúde.
- CD 3.5. Os elementos que permitem uma melhor organização dos documentos - cabeçalhos, rodapés, numeração, índice, bibliografia e outros, são inseridos caso necessário.
- CD 3.6. Os textos e dados, obtidos de diversas fontes, utilizados nos documentos elaborados são inseridos do modo adequado citando, caso necessário, as fontes, e respeitando os direitos de autor.
- CD 3.7. A informação contida nos documentos de trabalho é reutilizada ou eliminada de acordo com as instruções e procedimentos estabelecidos e respeitando as normas de segurança e confidencialidade.
- CD 3.8. O documento editado é comparado com o documento impresso comprovando a correção e qualidade do mesmo.
- CD 3.9. Os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração são utilizados em caso de dúvidas ou problemas na utilização dos aplicativos.

EC 4: Operar com as diferentes funções que oferecem as folhas de cálculo a fim de produzir os documentos necessários, com a fiabilidade e a qualidade necessárias.

- CD 4.1. Os livros das folhas de cálculo são criados relacionando as diferentes partes das folhas, caso necessário, e arquivando-as no lugar requerido de acordo com as normas de arquivo da organização e o tipo de documento.
- CD 4.2. As fórmulas e funções básicas ou de uso frequente nas folhas de cálculo são utilizadas com precisão, comprovando os resultados obtidos a fim de que sejam os esperados.
- CD 4.3. As palavras-passe para as células, as folhas e os livros que o requerem são estabelecidas para o adequado controlo de acesso.
- CD 4.4. Os gráficos necessários são elaborados de forma exata, rápida e clara através do assistente ou manualmente, estabelecendo os intervalos de dados precisos, aplicando o formato e títulos representativos e determinando a colocação adequada ao tipo de informação requerida, seguindo as especificações recebidas.
- CD 4.5. A configuração das páginas e da área de impressão é estabelecida através das utilidades que proporciona a ferramenta.
- CD 4.6. A transferência, cópia ou eliminação dos documentos de folha de cálculo é realizada supervisionado seu conteúdo e aplicando as normas de segurança e confidencialidade da informação.
- CD 4.7. Os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração são utilizados em caso de dúvidas ou problemas na utilização dos aplicativos.

EC 5: Elaborar apresentações de acordo com as instruções recebidas, a fim de refletir a informação requerida e de acordo com as normas e padrões de imagem corporativa.

- CD 5.1. As apresentações de apoio às exposições de um orador são elaboradas com habilidade de acordo com as instruções recebidas, respeitando as normas de estilo da organização.
- CD 5.2. Os objetos necessários nas apresentações - tabelas, gráficos, folhas de cálculo, fotografias, desenhos, organogramas, arquivos de som e vídeo ou outros, são inseridos na posição mais apropriada ao tipo e objetivo da apresentação.
- CD 5.3. Os objetos inseridos nas apresentações são animados, caso necessário, com eficácia atendendo ao objetivo da apresentação ou instruções recebidas.
- CD 5.4. As apresentações são apresentadas de forma persuasiva, tendo em conta todos os aspetos de formato e seguindo as normas internas de estilo.
- CD 5.5. A informação objeto da apresentação é verificada comprovando a inexistência de erros, assim como a correção do avanço e das animações utilizadas.

- CD 5.6. A apresentação é arquivada com os formatos e de acordo com as instruções de arquivo da organização, atribuindo nomes significativos e que permitam sua rápida recuperação posterior.
- CD 5.7. Os procedimentos estabelecidos pela organização sobre transferência, cópia ou eliminação de apresentações são aplicados com rapidez e de forma rigorosa, supervisionando seu conteúdo e aplicando as normas de segurança e confidencialidade da informação.
- CD 5.8. As normas de confidencialidade e segurança são respeitadas de forma rigorosa.
- CD 5.9. Os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração são utilizados em caso de dúvidas ou problemas na utilização dos aplicativos.

EC 6: Operar base de dados com fins de obter e registrar informação mantendo sempre a integridade, a segurança e a confidencialidade dos dados.

- CD 6.1. Os dados necessários para a realização das tarefas assinadas são obtidos das bases de dados disponíveis, conforme as instruções de acesso aos dados recebidas e as normas de segurança e confidencialidade aplicáveis.
- CD 6.2. Os dados contidos em bases de dados são apresentados com o formato, ordem e distribuição mais conveniente, utilizando títulos representativos em função do objetivo do documento e filtrando-os de acordo com as necessidades e instruções recebidas.
- CD 6.3. Os dados necessários são inseridos na base de dados adequada, conforme as instruções recebidas e as normas de integridade e segurança dos dados aplicáveis.
- CD 6.4. Os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração são utilizados em caso de dúvidas ou problemas na utilização dos aplicativos.

EC 7: Integrar dados, tabelas, gráficos e outros objetos nos documentos de trabalho, de acordo com as instruções recebidas, a fim de integrar com eficiência os produtos obtidos mediante diferentes aplicações informáticas.

- CD 7.1. As tabelas, folhas de cálculo, gráficos, desenhos, imagens, *hyperlinks* ou outros são inseridos nos documentos e no lugar apropriado.
- CD 7.2. Os objetos produzidos mediante a utilização de uma folha de cálculo são inseridos no ponto necessário dos documentos editados com um processador de textos ou programa de edição.
- CD 7.3. Os textos, tabelas, gráficos e outros objetos produzidos com diferentes ferramentas de escritório, são inseridos nas mensagens de correio eletrônico, onde necessário, atendendo aos formatos de imagem corporativa.
- CD 7.4. As folhas de cálculo dos documentos são combinadas com os dados disponíveis a fim de gerar os documentos necessários, de acordo com as instruções recebidas.
- CD 7.5. A qualidade dos objetos inseridos é otimizada utilizando as ferramentas adequadas, tratamento de imagens, otimização da cor, ou outros.

Contexto profissional

Meios de produção

Aplicações informáticas de escritório: folhas de cálculo, bases de dados, processadores de textos, ferramentas de apresentação, ferramentas de correio eletrônico, navegadores e outras ferramentas de Internet.

Produtos e resultados

Pesquisas de informação na Internet e nos arquivos da organização; Informações obtidas, organizadas, elaboradas e transmitidas; Documentos de texto e folhas de cálculo elaboradas; Apresentações elaboradas. Introdução e extração de informações em bases de dados; Informação processada em condições de segurança e confidencialidade estabelecidas na organização.

Informação utilizada ou gerada

Aplicações informáticas e manuais de apoio para utilização dos aplicativos informáticos; Manuais e regras de estilo da organização; Normas aplicáveis na organização relativa à segurança da informação; Normas aplicáveis sobre segurança eletrónica e direitos de autor; Formatos e modelos para elaboração de documentos e apresentações.

PROGRAMA FORMATIVO ASSOCIADO AO PERFIL PROFISSIONAL

AGE005_4

ADMINISTRAÇÃO E INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA

PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL			
Código	AGE005_4	Denominação	ADMINISTRAÇÃO E INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA
Nível	4	Família Profissional	Administração e Gestão
Duração indicativa		1.200 Horas	
Unidades de competência	N.º	Denominação	Código
	1	Identificar e captar imóveis e bens como oportunidades de negócio para intermediação imobiliária.	UC213_4
	2	Gerir vendas e coordenar a equipa comercial.	UC214_4
	3	Auxiliar na mediação e procedimentos legais, fiscais e de operações de financiamento imobiliário.	UC215_4
	4	Efetuar a venda e a divulgação/promoção de produtos imobiliários utilizando diferentes canais de marketing.	UC216_4
	5	Comunicar em inglês, com um nível de usuário independente, nos relacionamentos e atividades administrativas e de intermediação imobiliária.	UC217_4
	6	Comunicar numa segunda língua estrangeira diferente do inglês, com um nível de usuário independente, nos relacionamentos e atividades administrativas e de intermediação imobiliária.	UC218_4
	7	Manusear aplicativos informáticos de escritório.	UC199_3

MÓDULOS FORMATIVOS			UNIDADES FORMATIVAS	
N.º	Denominação	Código	Denominação	Código
1	Prospecção Imobiliária. (120h)	MF213_4	-	-
2	Gestão de vendas e equipa comercial. (120h)	MF214_4	Técnicas de venda e negociação imobiliária. (40h)	UF326
			Atendimento ao cliente nas atividades de intermediação imobiliária. (40h)	UF327
			Gestão de equipas de vendas. (40h)	UF328
3	Assistência Imobiliária. (90h)	MF215_4	-	-
4	Marketing Imobiliário. (140h)	MF216_4	Técnicas de pesquisa do mercado. (40h)	UF329
			Estratégias de Marketing. (40h)	UF330
			Técnicas de promoção/divulgação de produtos imobiliários. (60h)	UF331
5	Inglês profissional para atividades administrativas e de intermediação imobiliária. (120h)	MF217_4	-	-
6	Segunda língua estrangeira nas atividades administrativas e de intermediação imobiliária. (120h)	MF218_4	-	-
7	Aplicativos informáticos de escritório. (130h)	MF199_3	Ferramentas informáticas básicas de comunicação e pesquisa de informação. (20h)	UF313
			Aplicativos informáticos de processamento de textos. (20h)	UF314

MÓDULOS FORMATIVOS			UNIDADES FORMATIVAS	
N.º	Denominação	Código	Denominação	Código
		MF199_3	Aplicativos informáticos de folha de cálculo. (30h)	UF315
			Aplicativos informáticos de base de dados. (40h)	UF316
			Aplicativos informáticos para apresentações gráficas de informação. (20h)	UF317
	MT_AGE005	Módulo formativo em contexto real de trabalho (360 horas)		

Continuação - Programa Formativo da Qualificação AGE005_4

MÓDULOS FORMATIVOS (MF)

MF1: PROSPEÇÃO IMOBILIÁRIA		
Código: MF213_4	Nível: 4	Duração: 120 Horas
Associado à UC213_4: Identificar e captar imóveis e bens como oportunidades de negócio para intermediação imobiliária.		

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Determinar a carteira de imóveis utilizando técnicas de pesquisa e marketing direto para a localização de propriedades/imóveis em diferentes territórios ou áreas.

- CA 1.1. Discutir a importância e o papel da prospeção imobiliária para o desenvolvimento do sector e o posicionamento da atividade na organização.
- CA 1.2. Explicar o conceito e o valor de uma carteira de imóveis para a sua comercialização.
- CA 1.3. Identificar e distinguir as características e os critérios habitualmente utilizados para a seleção de uma carteira de imóveis/propriedades.
- CA 1.4. Identificar as características e os atributos dos produtos e serviços de intermediação imobiliária no mercado local e no contexto nacional.
- CA 1.5. Identificar as principais fontes de informação e localização de propriedades, tanto online como por vias convencionais, bem como diferentes critérios de qualificação, tipos e usos: habitação rústico/urbano, escritório/industrial, livre ou protegida, de primeira ou segunda mão, oportunidade de investimento/ negócio, entre outros.
- CA 1.6. Identificar as características e adequação das atividades de marketing direto para a prospeção e seleção de imóveis/propriedades, diferenciando pelo menos: telemarketing, gráficos, listas de distribuição eletrónica, entre outros.
- CA 1.7. Escrever uma nota comercial para a aquisição de imóveis, com todos os requisitos específicos para este tipo de comunicação, oferecendo serviços de intermediação na área.
- CA 1.8. Num estudo de caso, adequadamente caracterizado, para captar imóveis/propriedades numa área com características e critérios de captação/rejeição:
 - Propor várias ações de prospeção e localização de imóveis/propriedades na área.
 - Escrever o conteúdo de um anúncio/poster para a aquisição de imóveis/propriedades na área.
 - Aplicar técnicas de pesquisa de imóveis/propriedades adaptadas às características e critérios determinados.
 - Desenvolver uma lista com os dados necessários para identificar com precisão o imóvel/propriedade: direção, características, contactos, entre outros.
 - Simular uma lista de imóveis/propriedades e distinguir as que atendam às características definidas com especificidade e segurança suficiente.

C2: Aplicar técnicas de captação de imóveis através do contacto com os proprietários/clientes em diferentes situações e contextos próprios da atividade imobiliária.

- CA 2.1. Aplicar técnicas de recolha de informações dos imóveis/propriedades num contacto com os proprietários/clientes em diferentes situações e contextos de intermediação imobiliária.
- CA 2.2. Aplicar técnicas e argumentos para obter os dados dos imóveis/propriedades.
- CA 2.3. Identificar e distinguir as diferentes técnicas, critérios e argumentos utilizados na captação de imóveis/propriedades.
- CA 2.4. Interpretar e analisar as objeções geralmente apresentadas pelos proprietários numa intermediação e aplicar a forma operacional para as responder.
- CA 2.5. Preparar um argumento convincente com as vantagens da captação exclusiva, sob encomenda e / ou autorização da divulgação.

- CA 2.6. Identificar as informações e dados necessários para elaborar um formulário de captação de imóveis/propriedade.
- CA 2.7. Numa simulação, devidamente caracterizada de aquisição de imóvel/propriedade, desenvolver uma conversa para marcar uma visita, reunir todas as informações necessárias para a comercialização do mesmo, gerando um clima de confiança e de desenvolvimento de competências sociais e profissionais.
- CA 2.8. Num caso prático perante um proprietário resistente à agência imobiliária, agir mostrando padrões de comportamento predefinidos - assertividade, confiança e segurança, entre outros.

C3: Aplicar técnicas de negociação na captação e definição de diferentes tipos de condições de intermediação, compra e arrendamento.

- CA 3.1. Identificar as condições para negociar comissões de intermediação, venda ou arrendamento.
- CA 3.2. Explicar os conceitos de estratégia e negociação de margem, do ponto de vista do proprietário e agência de mediação, no processo de aquisição de imóveis.
- CA 3.3. Identificar os objetivos de negociação, do ponto de vista da agência imobiliária e proprietário do imóvel, durante uma visita de captação.
- CA 3.4. Interpretar os sinais de comportamento não-verbal típicos do cliente no processo de obtenção da ordem de intermediação durante um processo de negociação.
- CA 3.5. Identificar e explicar o modelo padrão para contestar as objeções mais comuns dos clientes/proprietários na intermediação.
- CA 3.6. Desenvolver um guião de entrevista ou argumento de captação, especificando as vantagens da intermediação imobiliária, o valor das vendas / arrendamento e taxas de serviço de intermediação.
- CA 3.7. Explicar os problemas, soluções ou modelos que protegem os proprietários do imóvel arrendado, de acordo com as normativas vigentes especificando pelo menos:
 - Os prazos para o exercício do despejo,
 - O processo de expulsão do inquilino despejado,
 - Procedimento para reivindicar a renda não paga,
 - Entre outros.
- CA 3.8. Num estudo de caso, devidamente caracterizado, simular a aplicação de técnicas de negociação e captação de um imóvel/propriedade perante diferentes tipos de cliente/proprietário resistente à intermediação imobiliária.

C4: Preencher os diferentes modelos de documentos e/ou contratos de intermediação, existentes nas atividades de aquisição de imóvel/propriedade.

- CA 4.1. Identificar os tipos de contrato de venda/arrendamento e autorizações de serviços de intermediação: comunicação e as condições de visita ao imóvel.
- CA 4.2. Distinguir os tipos de contrato: exclusivo, única agência e nota personalizada escrita.
- CA 4.3. Explicar os termos e condições gerais de um contrato de comissão e/ou serviços de intermediação, respeitando as regras e a prática na indústria.
- CA 4.4. Discutir os prós e contras de contratos de intermediação, dependendo:
 - Escrito / não-escrito;
 - Exclusivo/ não-exclusivo;
 - Proprietário/requerente.
- CA 4.5. Em diferentes casos práticos, devidamente caracterizados, preencher diferentes tipos de contratos de venda ou arrendamento, com todos os detalhes e condições essenciais devidamente identificados, necessários em cada caso.
- CA 4.6. Num estudo de caso, devidamente caracterizado, simular o desenvolvimento de um processo completo de captação de imóveis, desde a recolha de informações até à aceitação e assinatura do contrato de prestação de serviços de intermediação.

C5: Estimar o valor ou a renda de diferentes tipos de imóveis, aplicando técnicas de avaliação a partir de informações relacionadas com o mesmo.

- CA 5.1. Identificar os critérios do valor de propriedade, de acordo com o seu uso, habitação ou não, diferenciando, no mínimo:
- Localização / área e usos permitidos,
 - Tipo e características do imóvel,
 - Regime: livre ou protegido
 - Antiguidade
 - Estado de conservação,
 - Qualidade e acabamento,
 - Outros serviços relacionados.
- CA 5.2. Distinguir o impacto e os critérios de atribuição do valor de venda/arrendamento, padrões de habitação, entre outros, de imóveis de segunda e primeira mão existentes.
- CA 5.3. Distinguir os diferentes tipos de valor de imóvel/propriedade de acordo com o propósito da avaliação e / ou transação.
- CA 5.4. Identificar e interpretar as regras de avaliação do imóvel utilizadas pelas instituições financeiras e administração pública.
- CA 5.5. Interpretar as normas de ética profissional na avaliação e transação imobiliária.
- CA 5.6. Especificar os diferentes métodos de avaliação do imóvel/propriedade, aplicando os conceitos de cálculo comercial e financeiro: comparação, capitalização, custo residual, substituição entre outros.
- CA 5.7. A partir das características de uma propriedade, calcular o seu valor da venda, através de diferentes técnicas de avaliação, utilizando as ferramentas / funções de cálculo adequadas:
- Comparação.
 - Capitalização.
 - Atualização.
 - Valor residual.
 - Custeio.
- CA 5.8. A partir de dados de propriedade devidamente caracterizados, elaborar um relatório de avaliação, incluindo pelo menos a localização e descrição do imóvel, valor e variações possíveis, entre outros.
- CA 5.9. A partir das características de uma propriedade, calcular a sua renda, utilizando ferramentas de cálculo, nomeadamente:
- Avaliação técnica por comparação.
 - Técnicas de avaliação de capitalização.
 - Atualização;
 - Valor residual e custeio.
- CA 5.10. Calcular a atualização anual da renda de um imóvel/propriedade a partir da variação do IPC (Índice de Preços ao Consumidor) e outras informações relevantes.

C6: Organizar informações e dados de diversas carteiras de imóveis/propriedades utilizando as técnicas de arquivo num suporte convencional e/ou informático.

- CA 6.1. Identificar e explicar as condições e circunstâncias dos diferentes tipos de processos de recolha de dados, informações de captação e seleção de imóveis/propriedades.
- CA 6.2. Identificar e explicar as técnicas de arquivo convencional e de organização da informação: arquivo de imóveis/propriedades identificados, contactados e captados.
- CA 6.3. A partir das informações de vários imóveis/propriedades e clientes/proprietários interessados no serviço de intermediação para a venda e/ou arrendamento:
- Elaborar um formulário de captação preenchendo os dados necessários através de critérios de rigor, clareza e ordem.

- Arquivar em arquivos físicos, informações de captação de imóveis, utilizando critérios de eficiência e acessibilidade.
 - Processar e classificar as informações contidas nos registos e identificar as características comuns dos imóveis disponíveis.
 - Extrair, de forma eficaz e eficiente a informação e dados a partir de um arquivo convencional para a sua divulgação a terceiros: comerciais, parceiros externos, a mídia e potenciais compradores e outros.
- CA 6.4.** Explicar a utilidade dos sistemas e/ou aplicativos para organizar informações do imóvel/propriedade e desenvolver a atividade imobiliária.
- CA 6.5.** Elaborar uma tabela ou folha de calculo com os critérios e informações necessárias do imóvel/ propriedade para o desenvolvimento da intermediação.
- CA 6.6.** A partir das informações de imóveis/propriedades e clientes/proprietários interessados no serviço de intermediação para a venda e/ou arrendamento:
- Registrar as informações numa base de dados e/ou sistema.
 - Organizar as informações registadas de forma eficaz para a gestão comercial imobiliária.
 - Processar os dados elaborando tabelas e gráficos com a informação.
 - Vincular as informações dos imóveis com imagens, fotos vídeos ou outros.
 - Extrair as informações e dados de forma eficaz e eficiente numa aplicação informática para diferentes usos: classificação dos imóveis/propriedades; parceiros externos comerciais, mídia e potenciais compradores.
- C7: Avaliar a importância do acompanhamento das relações com clientes/proprietários e manutenção de qualidade do acordo imobiliário.**
- CA 7.1.** Explicar o conceito de qualidade de serviço de intermediação imobiliária.
- CA 7.2.** Analisar a importância do acompanhamento das operações para garantir a qualidade dos imóveis, recapturar ou renegociar acordos com cliente /proprietários.
- CA 7.3.** A partir da caracterização dos trâmites de intermediação e suposto compromisso com cliente/requerente simular a renegociação dos termos de modo a adaptar-se às condições oferecidas pelo comprador.
- CA 7.4.** Explicar as ferramentas de comunicação utilizadas no negócio imobiliário para manter relações fluidas com os proprietários /clientes.
- CA 7.5.** Demonstrar a estrutura de um relatório ou documento de comunicação escrita com os proprietários/ clientes.
- CA 7.6.** A partir da caracterização dos trâmites de intermediação na comercialização sem sucesso, apesar de alegadas visitas feitas ao imóvel/propriedade, elaborar um relatório da operação de acompanhamento, de forma clara e concisa verificando a correção lexical e ortográfica especificando:
- Características do imóvel
 - Condições de comercialização.
 - Sugestões de melhorias para atingir o sucesso da operação.
 - Entre outros.
- CA 7.7.** Distinguir as diferentes situações de fecho de acordos de intermediação de imóveis e a possibilidade de absorção do término do mesmo.

Outras capacidades associadas ao módulo

- Mostrar interesse e preocupação para satisfazer as necessidades dos clientes.
- Transmitir informações de forma ordenada, estruturada, clara e precisa.
- Iniciativa.
- Mostrar interesse amplo no conhecimento da organização e dos seus processos.
- Alcançar metas e objetivos desafiadores propostos que envolvem um nível de desempenho e eficiência superior à alcançada anteriormente.

- Demonstrar um bom desempenho profissional na realização de projectos de intermediação imobiliária.
- Respeitar normas e procedimentos internos da empresa.
- Terminar o trabalho nos prazos definidos.
- Participar e colaborar ativamente com a equipa de trabalho.
- Compartilhar as informações com a equipa de trabalho.
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos, respeitando os canais estabelecidos pela organização.
- Sugerir alternativas como o objetivo de melhorar os resultados.
- Demonstrar a criatividade no desenvolvimento do trabalho que se realiza.
- Demonstrar autonomia na resolução de contingências relacionadas com a sua atividade.
- Demonstrar flexibilidade para adaptar-se às mudanças.
- Adaptar-se a novas situações ou contextos.
- Aprender novos conceitos ou procedimentos e aproveitar a formação de modo eficaz usando os conhecimentos adquiridos.
- Empregar tempo e esforço para ampliar o conhecimento e informação complementar para o uso no seu trabalho.
- Amabilidade, cortesia, educação e clareza no tratamento com os clientes.
- Atitude proactiva e de serviço no tratamento dos clientes.
- Empatia.
- Auto-Controlo.
- Identificação e valorização dos critérios e a importância da qualidade de serviço.
- Integridade, honestidade, confidencialidade e responsabilidade no uso da informação.
- Capacidade de persuasão.
- Preocupação pela satisfação dos clientes e pelos detalhes.
- Valorização do rigor e precisão nas informações fornecidas.
- Flexibilidade.
- Valorização do uso correto da linguagem.
- Paciência.

Conteúdos

1. Análise do mercado imobiliário.

- 1.1. O papel da pesquisa de mercado imobiliário.
- 1.2. A carteira de imóveis: critérios seleção / aquisição de imóveis.
- 1.3. Técnicas de posicionamento e estratégia imobiliária.
- 1.4. Técnicas de localização do imóvel: fontes informação, vias de exploração / recolha, análise de anúncios / *news media* / Internet, entre outros.

2. Sistemas de intermediação Imobiliária.

- 2.1. Informações do sistema de intermediação imobiliária: propriedades, proprietários e candidatos, representante/procurador.
- 2.2. Sistemas de organização de arquivos e informações de imóveis comerciais.
- 2.3. Aplicações informáticas para tratamento da informação do mercado imobiliário: Utilidades e critérios de uso.
- 2.4. Rede de escritório e convénios de colaboração: bolsa imobiliária compartilhada.

3. Técnicas de aquisição de propriedade.

- 3.1. As propriedades: função e técnicas de aquisição.
- 3.2. Estratégias proactiva e reativa contacto: campanhas de aquisição.

- 3.3. Recolha e contacto: técnicas e barreiras de comunicação.
- 3.4. Entrevista de captação: definição, estrutura e objetivos.
- 3.5. Técnicas de negociação aplicadas à captação.
- 3.6. Argumentos de captação e contestação de objeções à intermediação imobiliária.
- 3.7. Documentação comercial do serviço de intermediação.
- 3.8. Dados, imagens e informações recolhidas da propriedade.
- 3.9. Fecho e conclusão da operação e / ou recaptação da propriedade.
- 3.10. Qualidade de serviço de intermediação.
- 3.11. Técnicas de seguimento e fidelização.

4. Estimativa do Valor e renda do imóvel.

- 4.1. Definição de avaliação do imóvel.
- 4.2. Objetivos e função de avaliação do imóvel
- 4.3. Tipos de valor.
- 4.4. Avaliação e apreciação.
- 4.5. Diferenciação: valor, preço e custo.
- 4.6. Princípios de valorização.
- 4.7. Métodos de avaliação propriedade.
- 4.8. Avaliação de mercado.
- 4.9. Valor cadastral.
- 4.10. Preço avaliado.
- 4.11. Renda máxima.
- 4.12. Outros métodos de avaliação: custeio, capitalização, atualização e valor residual.
- 4.13. Relatório de avaliação do imóvel.
- 4.14. Regulamentos em vigor do sector.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; I Série).

Perfil profissional do Professor(a) / Formador(a):

1. Domínio de conhecimentos e técnicas relacionados com a prospeção imobiliária, gestão, administração, marketing, relações públicas entre outros, que é credenciada por uma das seguintes formas:
 - a. Formação académica de licenciatura ou outras de nível superior relacionadas com este campo profissional;
 - b. Experiência profissional mínima de 3 anos no campo das competências relacionadas com este módulo formativo.
2. Competência pedagógica acreditada de acordo com o estabelecido pelas entidades competentes.

Requisitos de acesso ao módulo formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF2: GESTÃO DE VENDAS E EQUIPA COMERCIAL		
Código: MF214_4	Nível: 4	Duração: 120 Horas
Associado à UC214_4: Gerir vendas e coordenar a equipa comercial.		

Este MF está subdividido nas seguintes Unidades Formativas:

	Código
■ UNIDADE FORMATIVA 1: TÉCNICAS DE VENDA E NEGOCIAÇÃO IMOBILIARIA	UF326
■ UNIDADE FORMATIVA 2: ATENDIMENTO AO CLIENTE NAS ATIVIDADES DE INTERMEDIÇÃO IMOBILIARIA	UF327
■ UNIDADE FORMATIVA 3: GESTÃO DE EQUIPAS DE VENDAS	UF328

UNIDADE FORMATIVA 1: UF326 – Técnicas de venda e negociação imobiliária (40 HORAS)

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Programar os objetivos de vendas a partir de parâmetros comerciais e o posicionamento de empresas concorrentes.

CA 1.1. A partir de informações sobre os objetivos da venda, o número e o tipo de clientes, as características dos produtos/serviços e do tempo de trabalho disponível, desenvolver o programa de vendas, adaptando os planos e argumentos de acordo com as características, necessidades do potencial clientes, definindo:

- Forma de rentabilizar o tempo e o custo.
- Número e frequência de visitas.
- Orientações para a realização dos objetivos.
- Argumentação de vendas.
- Classificação dos clientes de acordo com critérios, objetivos, perfis e hábitos de consumo.
- Atualização das informações dos clientes.

CA 1.2. Agendar entrevistas de vendas, definindo os objetivos a atingir, adaptando os argumentos de vendas às características e ao perfil do cliente, preparando o material de apoio necessário para reforçar os argumentos durante a apresentação do produto.

CA 1.3. Usar meios de comunicação (correio, telefone, e-mail e outros.) para contactar com os clientes, enviar informações e organizar a entrevista de venda.

C2: Preparar argumentos de vendas, elaborando propostas para melhorar o posicionamento do produto no mercado, fidelização dos clientes e o seu incremento.

CA 2.1. Identificar e analisar os tipos de cliente, as variáveis que intervêm no seu comportamento, as suas necessidades e motivações de compra.

CA 2.2. Preparar argumentos de venda, incluindo pontos fortes e fracos do produto, destacando suas vantagens sobre a concorrência e propondo técnicas de vendas apropriadas.

CA 2.3. Antecipar possíveis objeções dos clientes e definir argumentos adequados para a sua eventual contestação.

CA 2.4. Usar objeções e sugestões dos clientes como um elemento de opinião para melhoria do produto e/ou serviços assim como dos argumentos de vendas.

C3: Aplicar técnicas de vendas de imóveis/propriedades e fecho, apropriadas a diferentes situações comerciais.

CA 3.1. Identificar o tipo e o perfil do vendedor profissional.

- CA 3.2.** Identificar as fases do processo de venda de um produto/serviço e as ações que devem ser desenvolvidas, seguindo as características do cliente.
- CA 3.3.** Aplicar técnicas de apresentação, demonstração e argumentação de produtos/serviços, ressaltando as suas qualidades, diferenciando-as da concorrência com os argumentos apropriados e utilizando, se necessário, software adequado.
- CA 3.4.** Aplicar técnicas de vendas para lidar com os clientes, evidenciando certos aspetos da operação, dentro dos limites estabelecidos de desempenho.
- CA 3.5.** Numa simulação de venda com um cliente:
- Identificar a tipologia do cliente e as suas necessidades de compra, levantando questões oportunas.
 - Lidar com assertividade e contestar as objeções dos clientes por meio de argumentos e técnicas apropriadas, minimizando as hostilidades.
- CA 3.6.** Aplicar técnicas para estimular diferentes vendas adicionais ou substitutas.
- CA 3.7.** Aplicar técnicas de fecho de vendas, realçando a comunicação não verbal.
- C4: Organizar os documentos resultantes da execução da venda, aplicando a normativa vigente, de acordo com os objetivos definidos.**
- CA 4.1.** Especificar a documentação necessária para desenvolver as operações de compra e venda.
- CA 4.2.** Identificar e interpretar a normativa do contrato de venda e as regras de faturação.
- CA 4.3.** A partir das características de um produto/serviço, objetivo comercial e as condições de base de venda, preparar a oferta para ser apresentada ao cliente.
- CA 4.4.** A partir das condições de venda de um produto/serviço, preencher os documentos para a formalização da operação, de acordo com as regras aplicáveis e utilizando, se necessário, o software apropriado.
- CA 4.5.** Aplicar normas de segurança e confidencialidade e analisar a importância da garantia da proteção dos dados pessoais nas operações comerciais.
- CA 4.6.** Organizar o arquivo de documentação e das informações geradas nos processos de compra e venda manual e informatizado, incorporando os contratos comerciais e as informações relevantes.
- CA 4.7.** Utilizar as ferramentas de gestão (e.g. *Customer Relationship Management* - CRM) para gerir a informação dos clientes.
- C5: Aplicar técnicas de negociação das condições das operações comerciais para chegar a acordos com clientes/proprietários.**
- CA 5.1.** Analisar as variáveis que afetam um processo de negociação, como o ambiente, os objetivos, o tempo, a informação da outra parte, a relação de poder entre as partes e os limites da negociação.
- CA 5.2.** Caracterizar os diferentes estilos de negociação, analisando as suas vantagens e desvantagens.
- CA 5.3.** Identificar os estágios básicos de um processo de negociação comercial e as ações que precisam ser desenvolvidas em cada uma das fases.
- CA 5.4.** Preparar convenientemente um processo de negociação comercial previamente definido.
- CA 5.5.** Aplicar as técnicas de negociação adequadas em transações de vendas imobiliárias para chegar a um acordo dentro dos limites e margens estabelecidos.
- CA 5.6.** Aplicar técnicas para o fecho dos diferentes aspetos das operações de venda, tais como: características do imóvel/propriedade, prazos, preço ou meios e condições de pagamento, entre outros.
- CA 5.7.** Identificar e preencher a documentação derivada das operações de compra/venda.

Conteúdos

1. A gestão de venda imobiliária

- 1.1. Conceito e objetivos de Vendas;
- 1.2. O vendedor:
 - 1.2.1. Tipos de vendedor: visitante, agente comercial, vendedor técnico, dependente ou outros;
 - 1.2.2. Perfil: conhecimentos, habilidades e atitudes pessoais;
 - 1.2.3. Formação básica e aperfeiçoamento;
 - 1.2.4. Carreira profissional;
- 1.3. Organização do trabalho do vendedor:
 - 1.3.1. Planeamento de trabalho: a agenda;
 - 1.3.2. Gestão de tempo e percurso: semanal, mensal e anual;
 - 1.3.3. Visita comercial;
 - 1.3.4. Argumentos de vendas: conceito e estrutura;
 - 1.3.5. Prospecção e pesquisa;
 - 1.3.6. Gestão da carteira de clientes. Aplicativos de gestão de relacionamentos com clientes (e.g. CRM - "*Customer Relationship Management*");
 - 1.3.7. Planeamento de visitas: Previsão de tempo, frequência e gestão de percursos. Ferramentas de gestão de tarefas e planeamento de visitas;
 - 1.3.8. Controlo e Avaliação das operações de venda realizadas.

2. O processo de venda imobiliário

- 2.1. Tipos de venda;
- 2.2. Fases do processo de vendas;
- 2.3. Preparação de venda:
 - 2.3.1. Conhecimento do produto;
 - 2.3.2. Conhecimento do cliente.
- 2.4. Aproximação ao cliente:
 - 2.4.1. Identificação das necessidades do cliente;
 - 2.4.2. Tipos de cliente;
 - 2.4.3. Critérios de segmentação;
 - 2.4.4. Critérios de classificação das necessidades;
 - 2.4.5. Hábitos e comportamento do cliente;
 - 2.4.6. O processo de decisão de compra;
 - 2.4.7. Comportamento do vendedor e do cliente no ponto de venda.
- 2.5. Análise do produto/serviço:
 - 2.5.1. Tipos de produtos de acordo com o ponto de venda e estabelecimento;
 - 2.5.2. Atributos e características dos produtos e serviços: características comerciais, técnicas e comunicacionais;
 - 2.5.3. Recursos e produtos;
 - 2.5.4. Formas de apresentação: acabamentos, estrutura, localização, área geográfica, entre outros;
 - 2.5.5. Condições de utilização;
 - 2.5.6. Preço; Comparações;
 - 2.5.7. Tipologia;
 - 2.5.8. Publicidade;
 - 2.5.9. Adequação da venda ao canal de distribuição.
- 2.6. O argumento de vendas:
 - 2.6.1. Informações sobre o produto para venda profissional;
 - 2.6.2. Os argumentos do vendedor;
 - 2.6.3. Selecção de argumentos de venda;

2.6.4. Aproveitamento das objeções e sugestões dos clientes para melhoria da venda.

3. Aplicação de técnicas de vendas imobiliária

- 3.1. Técnicas de Vendas;
- 3.2. Apresentação e demonstração do produto/serviço;
- 3.3. Apresentação a um grande número de clientes;
- 3.4. Argumentação comercial;
- 3.5. Técnicas de contestação das objeções;
- 3.6. Técnicas de persuasão para a compra;
- 3.7. Venda cruzada: vendas adicionais e de substituição.

4. Processo de Negociação dos termos de uma transação comercial.

- 4.1. Conceito e tipos de negociação;
- 4.2. Fases de um processo de negociação:
 - 4.2.1. Preparação da negociação;
 - 4.2.2. Desenvolvimento da negociação;
 - 4.2.3. Pacto ou acordo.
- 4.3. Relações de negociação;
- 4.4. Variáveis básicas de negociação: ambiente, objetivos, tempo, informação, limites de negociação e a relação de forças entre as partes;
- 4.5. Diferentes estilos de negociação. Atitude dura-agressiva, atitude submissa-serviçal e atitude de cooperação e diálogo;
- 4.6. Qualidades de bom negociador;
- 4.7. Regras para o sucesso em negociações;
- 4.8. Estratégias e táticas de negociação;
- 4.9. Seguimento das negociações.

5. A documentação de venda.

- 5.1. Documentos comerciais:
 - 5.1.1. Nota de encomenda;
 - 5.1.2. Receção;
 - 5.1.3. Fatura;
 - 5.1.4. Prova de pagamento, entre outros.
- 5.2. Regras e usos comuns na documentação comercial;
- 5.3. Elaboração da documentação;
- 5.4. Classificação e tratamento da documentação;
- 5.5. Arquivo da documentação comercial;
- 5.6. Aplicações informáticas para a preparação e organização dos documentos comerciais.

UNIDADE FORMATIVA 2: UF327 – Atendimento ao cliente nas atividades de intermediação imobiliária (40 HORAS)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Implementar técnicas de comunicação para atendimento ao cliente.

- CA 1.1. Definir os parâmetros que caracterizam o atendimento apropriado para um cliente em função do canal de comunicação usado.
- CA 1.2. Descrever as funções do serviço de atendimento aos clientes nas empresas.
- CA 1.3. Expor as fases que constituem o processo de atendimento ao cliente através de diferentes canais de comunicação.
- CA 1.4. Apresentar a forma e a atitude mais correta no atendimento ao cliente e o canal de comunicação usado.
- CA 1.5. Definir a aplicação das técnicas de comunicação mais utilizadas e aplicáveis em situações de atendimento ao cliente através de diferentes canais de comunicação.
- CA 1.6. Identificar e explicar os erros mais comuns cometidos na comunicação não verbal.
- CA 1.7. Numa prática simulada de uma situação de atendimento ao cliente:
 - Identificar os elementos da comunicação e analisar o comportamento do cliente;
 - Adaptar a atitude e o discurso à situação inicial de atendimento;
 - Transmitir informação com clareza e precisão.
- CA 1.8. Numa simulação de solicitação de informações escritas, desenvolver a resposta tendo em conta um tópico específico e expressá-lo oralmente à frente de um grupo.
- CA 1.9. Aplicar técnicas de comunicação telefónica e eletrónicas eficazes no atendimento ao cliente.

C2: Analisar reclamações e sugestões nas relações comerciais e implementar técnicas de comunicação para a resolução de conflitos.

- CA 2.1. Definir as técnicas de comunicação mais usadas aplicáveis em situações de mediação de reclamações, de acordo com o canal (oral, escrito ou eletrónico).
- CA 2.2. Descrever as fases que compõem a resolução de reclamações ou alegações.
- CA 2.3. Numa prática simulada de uma reclamação devidamente caracterizada, de acordo com a tipologia dos clientes:
 - Identificar os elementos da reclamação.
 - Discutir as possíveis vias de solução, dependendo do tipo de situação e dos clientes, criando um clima de confiança.
 - Utilizar técnicas de escuta ativa e assertiva.
 - Identificar o departamento da empresa e/ou de outros organismos responsáveis pela gestão das reclamações em conformidade com os procedimentos estabelecidos.
 - Elaborar os documentos necessários para o início dos procedimentos e a sua resolução.
- CA 2.4. Identificar as instituições que têm funções de proteção do cliente em Cabo Verde e explicar as suas competências.
- CA 2.5. Identificar as sugestões e reclamações mais frequentes apresentadas pelos clientes.
- CA 2.6. Identificar as fontes de informações e documentos que são normalmente usados na gestão de sugestões e reclamações.
- CA 2.7. Em diferentes casos em que se simulam situações de reclamações dos clientes:
 - Expressar o interesse em atender eficientemente a procura específica.
 - Analisar o comportamento do cliente e caracterizá-lo.
 - Utilizar a técnica de comunicação adequada à situação e ao interlocutor.
 - Mostrar rigor na gestão das fontes de informação e de elaboração de documentos.

- CA 2.8. Aplicar e definir as técnicas de resolução de conflitos mais utilizadas no departamento de atendimento ao cliente.
- C3: Aplicar técnicas de planeamento e gestão de atendimento e fidelização dos clientes, organizando o serviço, de acordo com os critérios e procedimentos estabelecidos.**
- CA 3.1. Identificar situações de negócio que requerem acompanhamento pós-venda e as ações necessárias para realizá-lo.
- CA 3.2. Caracterizar os serviços pós-venda e de atendimento ao cliente efetuados para manter o relacionamento com os clientes e garantir a sua satisfação.
- CA 3.3. Descrever os critérios e procedimentos a utilizar para efetuar um controlo de qualidade de serviço de atendimento ao cliente e de serviço de pós-venda.
- CA 3.4. Numa prática simulada de carteira de clientes de uma empresa, selecionar aqueles que possam fazer parte de um programa de fidelização com critérios comerciais e utilizando, se for necessário, a ferramenta de gestão das relações com clientes (CRM).
- CA 3.5. Elaborar planos de fidelização de clientes em diferentes casos, usando o software disponível.
- CA 3.6. Descrever e explicar as técnicas básicas de fidelização dos clientes e os elementos emocionais e racionais que intervêm no processo.
- C4: Aplicar métodos de controlo de qualidade e melhoria dos processos de atendimento e informação para o cliente, que facilite o acesso à informação.**
- CA 4.1. Expor as incidências comuns nos processos de atendimento ao cliente.
- CA 4.2. Descrever os métodos que são utilizados para avaliar a eficácia na prestação do serviço.
- CA 4.3. Numa prática simulada sobre anomalias detetadas em processos de atendimento ao cliente, explicar as medidas possíveis para a sua resolução.
- CA 4.4. Numa prática simulada de atendimento ao cliente, expor o grau de eficiência/ ineficiência na prestação de serviço e apresentar eventuais medidas e procedimentos para melhorar e otimizar a qualidade do serviço.
- C5: Aplicar técnicas de organização das informações comerciais, de modo manual e/ou utilizando aplicativos informáticos para garantir a integridade, segurança, disponibilidade e confidencialidade das informações armazenadas.**
- CA 5.1. Identificar os objetivos predefinidos e a necessidade de organizar as informações dos clientes.
- CA 5.2. Explicar as técnicas de organização de informações que podem ser aplicadas numa empresa.
- CA 5.3. Aplicar técnicas de arquivo manual da documentação comercial utilizadas com mais frequência com base em dados e informações fornecidas previamente.
- CA 5.4. Identificar e explicar o papel de uma base de dados nas relações com clientes.
- CA 5.5. Operar uma aplicação informática de base de dados, no nível de usuário.
- CA 5.6. Aceder às informações armazenadas na base de dados através de procedimentos definidos.
- CA 5.7. Registrar informações, preencher formulários e recuperar dados em aplicações informáticas adequados.
- CA 5.8. Identificar os mecanismos ou procedimentos de proteção e *backup* das informações inseridas no aplicativo informático específico ou não.

Conteúdos

1. Atendimento ao cliente

- 1.1. A importância do cliente para a empresa;
- 1.2. O atendimento ao cliente:
 - 1.2.1. Conceito

- 1.2.2. Função
- 1.2.3. Variáveis;
- 1.2.4. Posicionamento;
- 1.2.5. *Branding*.

- 1.3. Estrutura e organização do departamento comercial;
- 1.4. O marketing e sua relação com a função de atendimento ao cliente.

2. Técnicas de comunicação aplicadas à venda e atendimento ao cliente

- 2.1. Habilidades do comunicador eficaz: assertividade, persuasão, empatia e inteligência emocional;
- 2.2. Barreiras e dificuldades de comunicação (presencial ou não);
- 2.3. Comunicação não verbal;
- 2.4. A comunicação Telefónica:
 - 2.4.1. Barreiras e dificuldades;
 - 2.4.2. Expressão verbal;
 - 2.4.3. Regras de comunicação telefónica;
 - 2.4.4. A comunicação comercial na comunicação telefónica: linguagem positiva;
 - 2.4.5. Redes de comunicação eletrónica (Intra/Internet).
- 2.5. Técnicas de Comunicação escrita;
- 2.6. Elaboração de relatórios.

3. A qualidade na prestação do serviço

- 3.1. Conceito de qualidade;
- 3.2. Qualidade nos processos de negociação;
- 3.3. Métodos de avaliação de qualidade;
- 3.4. Medidas corretivas;
- 3.5. Avaliação e controlo do serviço.

4. O atendimento às reclamações e resolução de eventuais conflitos

- 4.1. Importância da execução dos compromissos e da organização do trabalho na prevenção de situações de conflito com os clientes;
- 4.2. Conflitos e reclamações mais habituais na venda e no atendimento aos clientes;
- 4.3. Procedimento de atendimento a reclamações;
- 4.4. Recolha de informação nos casos de reclamações: processamento e gestão;
- 4.5. Habilidades na resolução de eventuais conflitos com os clientes;
- 4.6. Importância das sugestões dos clientes na melhoria da qualidade dos serviços;
- 4.7. Normativa e regulamentação vigentes no caso de reclamação.

5. A proteção do cliente e usuário

- 5.1. Conceito de cidadania e papel do cliente;
- 5.2. Direitos dos clientes: a defesa do cliente. Responsabilidade de intermediários e distribuidores;
- 5.3. Aspectos legais aplicados ao atendimento do cliente e à defesa do cliente.

6. Sistemas de gestão e tratamento de informações no atendimento ao cliente e ferramentas de gestão de relação com o cliente:

- 6.1. Documentação envolvida no processo de atendimento ao cliente;
- 6.2. As informações fornecidas pelo cliente: Análise comparativa e natureza da informação;
- 6.3. Procedimentos para a obtenção e a recolha de informações;
- 6.4. Sistemas de informação e base de dados (ferramentas - CRM - *Customer Relationship Management*);
- 6.5. Utilização de ferramentas de gestão de relação com o cliente (CRM) para obter informações sobre o mesmo;

- 6.6. Técnicas de arquivo: natureza e finalidade do ficheiro;
- 6.7. Preparação de arquivos;
- 6.8. Questionários;
- 6.9. Transmissão de informações internas;
- 6.10. Elaboração e apresentação de relatórios.

7. Base de dados para o tratamento da informação nas funções de atendimento ao cliente

- 7.1. Estrutura e funções de uma base de dados.
- 7.2. Tipos de base de dados.
- 7.3. Base de dados documentais.
- 7.4. Uso de base de dados. Procedimentos:
 - 7.4.1. Busca e recuperação de arquivos e registos;
 - 7.4.2. Gravação de Informações;
 - 7.4.3. Alteração e exclusão de arquivos e registos;
 - 7.4.4. Consulta;
 - 7.4.5. Impressão;
 - 7.4.6. Proteção de dados.

8. Serviço pós-venda e fidelização de clientes

- 8.1. Conceito de serviço pós-venda e fidelização de clientes;
- 8.2. Importância das relações interpessoais na fidelização dos clientes e serviço pós-venda;
- 8.3. Importância e modalidades de serviços pós-venda e fidelização de clientes;
- 8.4. Técnicas de fidelização de clientes;
- 8.5. A confiança nas relações comerciais.

UNIDADE FORMATIVA 3: UF328 – Gestão de equipas de vendas (40 HORAS)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Calcular e definir as vendas e características das equipas comerciais de acordo com alguns objetivos de negócio e orçamento pré-definido

- CA 1.1. Explicar o conceito e os elementos que caracterizam a força de venda de uma organização.
- CA 1.2. Descrever as vantagens e desvantagens dos diferentes tipos de organização empresarial como uma equipa de vendas:
- As áreas geográficas;
 - Tipo de produtos / mercados;
 - Pontos / tipo de venda e / ou canal de comercialização (pequenas empresas, lojas especializadas, armazéns, comércio e-mail, etc.);
 - Tipo de cliente (perfil, hábitos de compra, etc.);
 - Tarefas ou atividades de vendas;
 - Outros fatores.
- CA 1.3. Descrever o perfil, habilidades e características da equipa comercial para a execução de um plano de vendas adequado aos objetivos e ao perfil do cliente.
- CA 1.4. Explicar as fases do processo de seleção de agentes comerciais e os critérios normalmente aplicados.
- CA 1.5. Num caso prático convenientemente caracterizado, de implementação comercial, tempo médio estimado a conseguir uma ordem, o orçamento disponível, jornada de trabalho e número de clientes a visitar, sem percursos:
- Calcular o volume de vendas e pessoal necessário para atingir as metas.
 - Definir o perfil de negócios a ser selecionado.
 - Calcular o número de clientes que um comercial pode visitar no mesmo período de tempo (dia, mês ou ano).
- CA 1.6. Analisar as condições de remuneração e jornada de trabalho eficaz geralmente aplicados a equipas comerciais de acordo com as diferentes situações de trabalho: horários flexíveis/contínuos, objetivos, taxas, entre outros.
- CA 1.7. Definir as vantagens e desvantagens de cada um dos possíveis sistemas de compensação habitualmente aplicado aos comerciais.
- CA 1.8. Num caso prático, com diferentes objetivos e metas de vendas, determinar o sistema de compensação ideal e fazer a comparação entre os diferentes sistemas possíveis segundo o custo ou orçamento necessário.
- CA 1.9. Considerando os dados de uma organização com um determinado volume de vendas e tempo médio estimado para chegar ao cliente, tempo médio de visita, tempo de inatividade esperado em visitas, número e frequência de visitas a clientes, tempo gasto na estrada e jornada de trabalho:
- Calcular a rede de vendas: os imóveis com uma visita; frequência de visitas; contactos e método de viabilidade.
 - Definir o itinerário de visitas planeado através da aplicação de técnicas de organização, rotas comerciais ou critérios de contacto no caso de telefone ou outro.
 - Elaborar os planos de visitas e/ou distribuição de chamadas de serviço ou contactos ou "call center".
 - Preparar diversos documentos e/ou procedimentos de trabalho necessários para a organização de vendas: instruções de trabalho, argumentos de vendas e outros.

C2: Aplicar técnicas de organização e gestão comercial para atingir ou melhorar as metas de vendas previstos pela equipa comercial.

- CA 2.1. Descrever os principais objetivos e os meios para a execução de planos de vendas, incluindo pelo menos objetivos qualitativos (novos clientes, recuperação de clientes

perdidos, novos produtos, novas lojas, etc.) e quantitativos (aumento de vendas comerciais de produtos, número de pedidos, número de visitas, entre outros).

- CA 2.2. Identificar e explicar o sistema de gestão por objetivos, em termos de: definição de metas, responsabilidades, habilidades pessoais, tempo, motivação, técnicas de apoio emocional e tomada de decisão.
- CA 2.3. Discutir as vantagens e desvantagens da gestão por objetivos e liderança de equipas de vendas.
- CA 2.4. Explicar os métodos utilizados na realização dos objetivos comerciais e as quotas de vendas.
- CA 2.5. Identificar e analisar os principais fatores a ter em conta na definição dos objetivos de planeamento e sucesso comercial.
- CA 2.6. Explicar atividades de prospeção, divulgação e promoção a ser feita pela equipa de vendas para alcançar certos objetivos de vendas.
- CA 2.7. Numa prática simulada convenientemente caracterizada de vendas anuais:
- Calcular as estatísticas básicas (média, moda, mediana, taxas de variação, entre outros);
 - Determinar previsão de vendas utilizando métodos de inferência estatística apropriados: ciclo de tendência, sazonalidade, ruído e outros;
 - Determinar os objetivos atribuídos para atender às quotas de vendas comerciais.
- CA 2.8. Dado objetivos comerciais a serem alcançados em um período de tempo:
- Definir o tipo e o número de atividades requeridas;
 - Calcular o tempo necessário para realizar essas atividades;
 - Programar as atividades no sentido de alcançar a venda.
- CA 2.9. Identificar os componentes dos objetivos/metast a alcançar pelos membros da equipa de vendas num período de tempo determinado.

C3: Identificar os estilos de comando e liderança da equipa comercial, de acordo com diferentes valores, cultura e identidade corporativa.

- CA 3.1. Indicar os diferentes estilos de comando e liderança aplicáveis à equipa de vendas.
- CA 3.2. Identificar os principais elementos e aspetos para a motivação dos membros de uma equipa comercial.
- CA 3.3. Explicar os protótipos culturais das organizações e a sua influência sobre a equipa comercial.
- CA 3.4. Através de um estudo de caso convenientemente caracterizado, realizar a análise comparativa entre o perfil dos membros da equipa (traços psicológicos) e seus papéis na energização e motivação do grupo.
- CA 3.5. Identificar e descrever habilidades emocionais, pessoais e interpessoais que deve ter um chefe ou responsável por uma equipa de vendas.
- CA 3.6. Numa situação prática convenientemente caracterizada com os dados dos membros de uma equipa de vendas e os seus planos de vendas e trabalho:
- Simular a transmissão de quotas de vendas e a sua organização.
 - Resolver as dúvidas e questões levantadas regularmente.
 - Adoptar o estilo e a liderança certa.

C4: Aplicar métodos de avaliação e controlo no desenvolvimento e execução de planos de vendas e de desempenho dos membros da equipa de vendas.

- CA 4.1. Identificar os parâmetros e variáveis a serem controlados no desenvolvimento de plano e equipa de vendas.
- CA 4.2. Identificar e descrever os métodos e índices que são habitualmente utilizados para medir o desempenho e plano de qualidade da equipa comercial.

- CA 4.3.** A partir de situação prática convenientemente caracterizada, desenvolver um arquivo do cliente com as informações a serem preenchidas nas atividades diárias comerciais, incluindo, pelo menos: atividades realizadas, gestão comercial (ordens, recibos, visitas, quilometragem, custos, novos clientes, entre outros), utilizando aplicações informáticas apropriadas.
- CA 4.4.** A partir de informações fornecidas nos dados de vendas pelos membros de uma equipa de vendas: número de visitas, o número de pedidos, vendas por produto / serviço da área e / ou clientes e despesas:
- Calcular os indicadores e/ou índices de rentabilidade de vendas por produto / cliente e comercial.
 - Calcular as taxas de variação para os diferentes períodos: mensal, trimestral e anual.
 - Representar graficamente e interpretar os resultados.
 - Realizar a análise de vendas por produto/cliente/comercial e interpretação dos resultados.
- CA 4.5.** Numa prática simulada convenientemente caracterizada, indicando o resultado do acompanhamento de uma equipa:
- Analisar e avaliar o desempenho dos membros da equipa.
 - Determinar as ações específicas a serem tomadas em cada um dos membros da equipa com base na análise dos dados observados.
- CA 4.6.** Num relatório sobre os resultados obtidos pelos membros de uma equipa:
- Classificar os membros da equipa com base nos resultados obtidos.
 - Explicar os critérios utilizados para essa classificação.
 - Analisar os resultados e preparar um relatório com os mesmos.
- CA 4.7.** Identificar os fatores que devem ser tidos em conta na avaliação de conhecimentos e competências dos membros da equipa.
- C5: Definir planos de formação e reciclagem de equipas comerciais de acordo com diferentes objetivos e requisitos.**
- CA 5.1.** Explicar o processo de identificação das necessidades de formação de uma equipa.
- CA 5.2.** Identificar os objetivos de aprendizagem de uma organização ou departamento responsável pela função de vendas.
- CA 5.3.** Descrever a estrutura e conteúdo de um tipo de plano de formação para o departamento de uma organização de vendas.
- CA 5.4.** Analisar as vantagens e desvantagens dos diferentes tipos de execução e implementação de planos formação para equipas comerciais
- CA 5.5.** Analisar os diferentes sistemas avaliação de formação das equipas comercial.
- CA 5.6.** Num caso prático com uma equipa comercial nova, com operações de meios de comercialização definido para um posto concreto:
- Identificar as necessidades de formação com base na sua experiência e formação inicial.
 - Analisar as necessidades de formação individuais e do grupo.
 - Estabelecer atividades de capacitação para o plano de formação inicial com base nas habilidades, perfil e resultados obtidos.
- CA 5.7.** A partir de um cenário com uma equipa comercial em que houve uma mudança tecnológica, um novo serviço, projeto ou cliente:
- Identificar as necessidades de formação do pessoal de vendas.
 - Analisar as necessidades individuais e do grupo.
 - Estabelecer atividades de capacitação para um plano de formação com base na mudança e introduzir a competência pessoal.

CA 5.8. Num caso prático com os resultados de desempenho dos membros de uma equipa propor atividades de formação empresarial com base nas habilidades, perfil e resultados obtidos.

C6: Aplicar resolução e estratégias de negociação em diferentes situações de conflito comuns em equipas comerciais.

CA 6.1. Identificar os fatores envolvidos no processo de comunicação verbal e não-verbal dentro de uma equipa comercial.

CA 6.2. Identificar intensas atitudes emocionais e crises que geralmente ocorrem no ambiente de trabalho de uma equipa, propor estratégias comerciais para capacitá-los ou trazê-los de volta.

CA 6.3. Descrever os possíveis papéis dos membros desse grupo e estratégias para melhorar a integração e a coesão do mesmo.

CA 6.4. Analisar os vários estilos de resolução de conflitos e o papel a ser executado pelo líder da equipa comercial.

CA 6.5. Num estudo de caso, convenientemente marcado com uma equipa simulada:

- Aplicar um teste sociométrico;
- Processar os resultados;
- Fazer o sociograma;
- Apresentar os resultados.

CA 6.6. A partir de estudo de caso, com uma equipa comercial simulada, determinar as técnicas para deteção de conflitos e desempenho do grupo.

CA 6.7. Dada uma instrução de trabalho, argumento de vendas e guião, simular a sua transmissão à equipa, aplicando técnicas de comunicação assertivas comerciais.

CA 6.8. Avaliar a importância de uma atitude tolerante e compreensiva do chefe perante uma equipa comercial na resolução de conflitos no ambiente de trabalho.

CA 6.9. Determinar estilos de negociação que podem ser aplicados a uma equipa de trabalho numa situação comercial devidamente identificada.

Outras capacidades associadas ao módulo

- Respeitar as regras e os procedimentos internos da empresa;
- Transmitir informações de forma ordenada, estruturada, clara e precisa;
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos;
- Assumir a responsabilidade pelo trabalho realizado e pelo cumprimento dos objetivos;
- Demonstrar interesse no amplo conhecimento da organização e de seus processos;
- Responsabilidade no trabalho de gestão que desenvolve e da implementação dos objetivos comerciais;
- Propor metas desafiadoras que envolvem um nível de desempenho e eficiência superior à alcançada anteriormente;
- Participar e colaborar ativamente no trabalho de equipa;
- Compartilhar informações com a equipa;
- Demonstrar cordialidade, amabilidade, e atitude conciliadora e sensível aos outros;
- Sugerir alternativas para melhorar os resultados;
- Demonstrar a criatividade no desenvolvimento do trabalho que se realiza;
- Demonstrar autonomia na resolução de contingências relacionadas com gestão de equipa de vendas;
- Agir rapidamente em situações de problemas e não apenas esperar;
- Demonstrar resistência ao stress, a estabilidade do clima e controlo de impulsos;
- Demonstrar flexibilidade para entender as mudanças;
- Adaptar-se a novas situações ou contextos que podem ocorrer na atividade comercial;
- Empregar tempo e esforço em ampliar o conhecimento e informação para uso no seu trabalho;
- Demonstrar responsabilidade com os sucessos, erros e fracassos.

Conteúdos

1. Plano de organização de vendas

- 1.1. Objetivos e estrutura do plano e força de vendas;
- 1.2. Atividades ligadas ao plano de venda: prospeção, divulgação, promoção e serviços de pós-venda;
- 1.3. A determinação do volume de vendas;
- 1.4. Quotas de vendas;
- 1.5. Organização e plano de vendas: por área, clientes, produtos;
- 1.6. Técnica de organização da equipa de vendas: Atribuição de áreas, rotas, clientes;
- 1.7. *Software* de gestão de informática;
- 1.8. Gestão de software de controlo dos planos de vendas.

2. Gestão de Equipa de Vendas

- 2.1. Perfil de Negócios;
- 2.2. Definição do vendedor: o perfil do cargo;
- 2.3. Recrutamento e seleção de anúncios publicitários;
- 2.4. Critérios de seleção;
- 2.5. Elementos pessoais e profissionais;
- 2.6. Sistemas de remuneração e promoção de equipa de vendas;
- 2.7. Formação e habilidades da equipa de vendas: desenvolvimento de competências individuais e de grupo,
- 2.8. Definição das necessidades de formação;
- 2.9. Carreira profissional comercial;
- 2.10. Planos de Formação de equipa comercial inicial e contínua: Objetivos e métodos de formação de equipas de vendas;
- 2.11. Avaliação dos planos de formação.

3. Coordenação e gestão da equipa de vendas

- 3.1. Motivação e direção de equipas comerciais;
- 3.2. Comando e estilos de liderança;
- 3.3. Motivação e equipa de animação de vendas:
 - 3.3.1. Definição de motivação.
 - 3.3.2. Principais teorias de motivação.
 - 3.3.3. Diagnóstico fatores motivacionais.
- 3.4. Testes sociométricos.;
- 3.5. Gestão de conflitos na equipa comercial: Técnicas de resolução de conflitos;
- 3.6. Métodos mais comuns para a tomada de decisões em grupos.

4. Controlo e seguimento de objetivos de vendas

- 4.1. Objetivos do controlo e seguimento de vendas;
- 4.2. Controlo das relações comerciais;
- 4.3. Critérios de avaliação;
- 4.4. Avaliação de Desempenho Empresarial:
 - 4.4.1. Conceitos;
 - 4.4.2. Vantagens e desvantagens;
 - 4.4.3. Participantes;
 - 4.4.4. Métodos de avaliação;
 - 4.4.5. Efeitos da avaliação de desempenho.
- 4.5. Documentos e relatórios;
- 4.6. Execução de vendas / visitas / contactos requisitos mínimos de um plano para controlar e monitorar equipa comercial;

- 4.7. Plano de avaliação de vendas e satisfação do cliente;
- 4.8. Relatório de acompanhamento e controlo de equipas comerciais.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

1. Domínio de conhecimentos e técnicas relacionados com a Gestão, gestão de equipas, Comercial, Vendas, ou áreas afins que é credenciada por uma das seguintes formas:
 - a. Formação académica de licenciado ou outras de nível superior relacionadas com este campo profissional;
 - b. Experiência profissional mínima de 3 anos no campo das competências relacionadas com este módulo formativo.
2. Competência pedagógica acreditada de acordo com o estabelecido pelas entidades competentes.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º, 18º, e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF3: ASSISTÊNCIA IMOBILIÁRIA

Código: MF215_4

Nível: 4

Duração: 90 Horas

Associado à UC215_4: Auxiliar na mediação e procedimentos legais, fiscais e de operações de financiamento imobiliário.

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Interpretar as informações de registo público e/ou documentos de diferentes imóveis/propriedades, identificando a titularidade dos mesmos e a existência de hipotecas, obrigações e condições.

- CA 1.1. Definir os critérios que permitem identificar os imóveis/propriedades e/ou cliente/proprietários numa transação imobiliária utilizando os critérios permitidos em direito civil e comercial.
- CA 1.2. Identificar e explicar o procedimento de regularização de matrícula ou registo do imóvel no registo de propriedade.
- CA 1.3. Detetar possíveis representantes dos proprietários, por meio de advogados ou agentes, distinguindo as possíveis formas de representação e a extensão dos seus efeitos para cada caso.
- CA 1.4. Discriminar as diferentes taxas e impostos a que podem estar sujeitos um imóvel/propriedade e o seu impacto sobre a viabilidade da operação.
- CA 1.5. Explicar os procedimentos para diminuir os encargos ou obrigações correntes na propriedade – hipotecas, penhoras, entre outros.
- CA 1.6. Definir os procedimentos para a obtenção da documentação do imóvel/propriedade e estar ciente do pagamento dos impostos e taxas aplicáveis.
- CA 1.7. Da documentação de um imóvel/propriedade para a celebração de uma transação imobiliária:
- Examinar os detentores do título de identificação e compromisso.
 - Distinguir as diversas condições e obrigações da propriedade, tais como hipotecas, penhoras, direitos de propriedade, entre outros.
 - Simular o pedido/notas de registo propriedade do imóvel correspondente, pela instância ou procedimento para efeito de certificação.
 - Determinar o custo económico real que implica o levantamento das obrigações ou forma como afeta os direitos de propriedade.
- CA 1.8. Simular os procedimentos perante os órgãos governamentais competentes (Registo Predial na Câmara Municipal e cadastro predial) para verificar a existência de condições urbanas.

C2: Identificar e descrever o processo legal de uma transação imobiliária de acordo com as normas vigentes e os usos do sector.

- CA 2.1. Explicar as fases do processo de transação imobiliária para o seu aperfeiçoamento.
- CA 2.2. Num caso pratico devidamente caracterizado, identificar os diferentes fatores que invalidam legalmente a celebração da transação imobiliária.
- CA 2.3. Identificar as instituições, agências e organismos oficiais envolvidos no processo de operações imobiliárias.
- CA 2.4. Explicar as causas que invalidam o processo legal de transferência de propriedade e/ou arrendamento.
- CA 2.5. Identificar os elementos básicos e aspetos do contrato de arrendamento com opção de compra/venda.
- CA 2.6. Descrever as possíveis implicações futuras da propriedade tais como: servidões, incidentes naturais/ legal, planeamento da cidade, entre outros e as reais possibilidades de remoção.

C3: Aplicar técnicas de intermediação comuns em transações imobiliárias.

- CA 3.1. Explicar os conceitos de estratégia e posições de negociação de margem que possam surgir entre as partes numa transação imobiliária.
- CA 3.2. Identificar variáveis e condições utilizadas na negociação de uma transação comercial imobiliária.
- CA 3.3. Argumentar os objetivos e estratégias no decorrer de uma negociação, a partir do ponto de vista do imobiliário/proprietário e do inquilino/comprador numa transação imobiliária.
- CA 3.4. Explicar os sinais de comportamento não-verbal durante o processo de negociação de uma transação imobiliária.
- CA 3.5. A partir da simulação de uma entrevista com um cliente interessado em comprar um imóvel com certas condições:
- Identificar as posições prováveis das partes no processo de comercialização: proprietário, candidatos e intermediador imobiliário;
 - Aplicar técnicas de negociação para determinar o posicionamento dos envolvidos;
 - Elaborar um relatório que inclui negociação de acordos, utilizando aplicações informáticas.
- CA 3.6. A partir da simulação de uma entrevista com um cliente interessado em arrendar um imóvel com certas condições:
- Identificar as posições prováveis das partes no processo de comercialização: proprietário, candidatos e intermediários;
 - Aplicar técnicas de negociação para determinar o posicionamento dos envolvidos;
 - Elaborar um relatório que inclui acordos de negociação, utilizando aplicações informáticas.

C4: Preencher documentos e contratos das operações imobiliárias, de acordo com os regulamentos, código de ética e práticas no sector.

- CA 4.1. Identificar a documentação anexada a uma operação de intermediação e transação imobiliária.
- CA 4.2. Identificar os regulamentos relacionados com as transações imobiliárias e transferência de propriedade.
- CA 4.3. Explicar os elementos necessários para o sucesso de uma operação de venda de imóveis e a regulamentação legal utilizada na transferência de propriedade, em conformidade com o código civil e comercial.
- CA 4.4. Distinguir os diferentes tipos de contratos que existem nas operações de intermediação imobiliária, nomeadamente: penhora, opção compra, transferência / cessão, subarrendamento, troca, compra e aluguer.
- CA 4.5. Identificar e interpretar as regras aplicáveis aos diferentes tipos de contratos imobiliários.
- CA 4.6. A partir da caracterização de uma venda de imóveis e condições pré-definidas, fazer o contrato adequado à situação, estruturando a informação nas cláusulas que o compõe, utilizando uma aplicação informática e a terminologia apropriada.
- CA 4.7. A partir de condições acordadas numa intermediação imobiliária entre dois indivíduos para a compra e/ ou arrendamento de um imóvel, preencher o documento para formalizar a operação de acordo com os regulamentos aplicáveis e utilizando uma aplicação informática adequada.
- CA 4.8. Identificar as legislações vigentes de arrendamento de imóveis para outros fins.

C5: Elaborar o orçamento de custos para formalizar as operações de documentos públicos, direitos de registo e agenciamento.

- CA 5.1. Identificar títulos e despesas das transações imobiliárias.
- CA 5.2. Numa situação prática convenientemente caracterizado, calcular o custo aproximado de escrituras públicas necessárias para a transação de documentos e permitir o acesso ao Registo Predial, utilizando a tabela de tarifas notariais.

- CA 5.3. Numa situação prática convenientemente caracterizado, calcular o custo aproximado da taxa de inscrição no Registo Predial, utilizando a tabela de tarifas para esse propósito.
- CA 5.4. Num caso prático, convenientemente caracterizado, calcular o custo aproximado das medidas a serem tomadas pelos procuradores responsáveis pelo processamento posterior de documentação, com base nos critérios do notário /advogados e a prática do sector.
- C6: Calcular a quota dos diferentes tipos de impostos cobrados sobre as transações imobiliárias, aplicando a legislação fiscal vigente.**
- CA 6.1. Identificar os casos de aplicação de imposto sobre as transações de imóveis/propriedades ou valor acrescentado nas operações imobiliárias.
- CA 6.2. Num caso prático, convenientemente caracterizado, calcular a base do imposto, quota, taxa, prestação a pagar sobre as transações imobiliárias ou imposto sobre o valor acrescentado, conforme as normas aplicáveis.
- CA 6.3. Num caso prático, identificar o contribuinte nas operações fiscais e onde deve ser apresentada a declaração, preenchendo os formulários necessários para o efeito da administração tributária.
- CA 6.4. Num caso prático, convenientemente caracterizado, calcular o custo do imposto de selo fiscal aplicável às operações imobiliárias, identificando os tipos de impostos e possíveis isenções.
- CA 6.5. Explicar o procedimento de liquidação de impostos sobre o valor do terreno e calcular o valor aproximado aplicável ao caso.
- CA 6.6. Num caso prático, convenientemente caracterizado, calcular os impostos, taxas aplicáveis para a assinatura e execução do contrato e a sua liquidação mediante uma declaração para o efeito.
- C7: Estimar a viabilidade financeira das transações imobiliárias, dependendo da capacidade económica e de endividamento dos clientes, diferentes ofertas financeiras e formas de financiamento comum no mercado imobiliário.**
- CA 7.1. Distinguir a taxa de juros nominal e a taxa anual, descrevendo o procedimento para o seu cálculo.
- CA 7.2. Num caso prático convenientemente identificado, aplicar a fórmula para o cálculo da capacidade de endividamento para circunstâncias pessoais e económicas do cliente, determinando o pagamento máximo de hipoteca assumível.
- CA 7.3. Num caso prático, aplicar métodos de cálculo de taxas e prazos de reembolso de empréstimos hipotecários, utilizando simuladores de instituições financeiras.
- CA 7.4. Numa simulação prática, comparar diferentes ofertas do mercado financeiro, calculando a taxa anual de cada um e escolher a mais vantajosa e adequada ao perfil do cliente e as suas circunstâncias pessoais.
- CA 7.5. Num estudo de caso estimar o custo financeiro e condições de financiamento de uma operação imobiliária e a sua viabilidade.
- C8: Discriminar a documentação relativa a contratos de empréstimos, de hipoteca, fiança bancária e sub-rogação de hipoteca, de acordo com as normas vigentes e as necessidades das partes envolvidas na operação imobiliária.**
- CA 8.1. Identificar e diferenciar os elementos do contrato de empréstimo e o direito real da hipoteca.
- CA 8.2. Diferenciar as taxas de hipoteca e hipotecas especiais existentes nos termos da regulamentação em vigor.
- CA 8.3. Explicar as fórmulas existentes para a transferência de empréstimos hipotecários garantidos voluntariamente.
- CA 8.4. A partir de um caso prático claramente definido de um contrato de empréstimo preencher a documentação necessária.
- CA 8.5. Explicar os motivos para solicitar uma garantia bancária no caso de um contrato de locação de um imóvel.

CA 8.6. A partir de um caso claramente definido, de um modelo de garantia bancária preencher a documentação exigida.

C9: Aplicar técnicas de atendimento, aconselhamento e orientação na assistência aos clientes sobre os aspetos legais, fiscais e financeiros de diferentes transações imobiliárias.

CA 9.1. Identificar os serviços e técnicas de comunicação aplicáveis nas transações imobiliárias.

CA 9.2. Num estudo de caso de funcionamento de um processo de intermediação imobiliária, simular o desenvolvimento de uma entrevista de atendimento ao cliente/comprador, utilizando técnicas de comunicação, explicando as questões que afetam o comprador numa transação imobiliária.

CA 9.3. Num caso prático de operação imobiliária, simular o desenvolvimento de uma entrevista de atendimento ao cliente/proprietário, utilizando técnicas de comunicação e explicar os aspetos que afetam o vendedor na transação.

CA 9.4. Valorizar a importância da informação e aconselhamento de serviços de intermediação imobiliária e as suas implicações nas relações com o cliente.

Outras capacidades

- Transmitir informações de forma ordenada, estruturada, clara e precisa para as pessoas certas em todos os momentos.
- Iniciativa na atividade profissional.
- Organizar as suas prioridades no ambiente de trabalho.
- Propor objetivos desafiadores que envolvem um nível de desempenho e eficiência superior ao alcançado anteriormente.
- Demonstrar bom desempenho profissional.
- Participar e colaborar ativamente na equipa de trabalho.
- Compartilhar informações com a equipa de trabalho.
- Demonstrar cordialidade, amabilidade e atitude conciliadora e sensível perante os outros.
- Tratar o cliente com respeito, cortesia e discrição.
- Mostrar interesse e preocupação por atender satisfatoriamente as necessidades dos clientes.
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos, respeitando os canais estabelecidos pela organização.
- Sugerir alternativas com o objetivo de melhorar os resultados.
- Mostrar a criatividade no desenvolvimento do trabalho que se realiza.
- Demonstrar autonomia na resolução de contingências relacionadas com a sua atividade.
- Agir rapidamente em situações de problemas e não limitar-se apenas esperar.
- Demonstrar resistência ao stress, estabilidade do clima e controlo de impulsos.
- Demonstrar flexibilidade para entender as mudanças.
- Adaptar-se a novas situações ou contextos.
- Aprender novos conceitos ou procedimentos e aproveitar a formação utilizando eficazmente os conhecimentos adquiridos.
- Empregar tempo e esforço em ampliar o conhecimento e informação complementar para uso no seu trabalho.
- Demonstrar responsabilidade com os sucessos, erros e fracassos.
- Respeitar as normas e procedimentos internos da empresa.

Conteúdos

1. Aplicação das normas e trâmites legais de transações imobiliárias.

- 1.1. Registo Predial: conceito, descrição, inscrições, métodos usuais de registo, finanças, direito de propriedade, ónus, obrigações e as condições da propriedade.
- 1.2. Taxas Municipais: regras de implementação e entrega, formas e comprovativos de pagamento.
- 1.3. Estudo das condições urbanas e servidões comuns.

- 1.4. Custo de processos judiciais e administrativos de gestão da operação: notário, direitos de inscrição e outras propriedades, custos administrativos

2. Tributação das operações imobiliárias.

- 2.1. Conceitos básicos: contribuinte, tributável, entre outros.
- 2.2. Base de cálculo, quota, determinação da responsabilidade fiscal.
- 2.3. Impresso ou formulário declarativo.
- 2.4. IUP e outros impostos e taxas municipais
- 2.5. Transmissões Patrimoniais em transações imobiliárias.
- 2.6. Imposto sobre operações propriedade.
- 2.7. Imposto de Selo.
- 2.8. Imposto sobre o aumento do valor do Solo Urbano.
- 2.9. Vantagens e benefícios fiscais para certas operações imobiliárias.

3. Financiamento de transações imobiliárias.

- 3.1. Conceitos-chave do cálculo financeiro em transações imobiliárias.
- 3.2. Formas de financiamento nas transações imobiliárias.
- 3.3. A garantia bancária:
 - 3.3.1. Características e exigência.
 - 3.3.2. Crédito hipotecário.
 - 3.3.3. Tipos de interesse.
 - 3.3.4. Cálculo das prestações.
 - 3.3.5. Cronograma de reembolso do empréstimo.
 - 3.3.6. Capacidade endividamento.
- 3.4. Conceito e a fórmula de cálculo.
- 3.5. Requisitos para a sub-rogação de hipoteca.

4. Intermediação de transações imobiliárias de consultoria técnica.

- 4.1. Apresentação e análise de informações sobre as transações imobiliárias.
- 4.2. O processo de mediação imobiliária
- 4.3. Regulamentos que regem e código de ética.
- 4.4. Responsabilidades das partes.
- 4.5. Contratos de intermediação imobiliária e contratação.
- 4.6. Condições de transações imobiliárias.
- 4.7. Conclusão das operações imobiliárias de documentação e contratos.
- 4.8. Elementos e partes do contrato de venda e locação de imóveis.
- 4.9. Resolução de Conflitos.
- 4.10. Cortesias e atendimento personalizado.
- 4.11. Qualidade do atendimento, informação e aconselhamento aos clientes.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

1. Domínio de conhecimentos e técnicas relacionados com a administração, gestão e áreas afins, que é credenciada por uma das seguintes formas:
 - a. Formação académica de nível superior relacionada com este campo profissional;
 - b. Experiência profissional mínima de 3 anos no campo das competências relacionadas

com este módulo formativo.

2. Competência pedagógica acreditada de acordo com o estabelecido pelas entidades competentes.

Requisitos de acesso ao módulo formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º, 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF4: MARKETING IMOBILIÁRIO

Código: MF216_4

Nível: 4

Duração: 140 Horas

Associado à UC216_4: Efetuar a venda e a divulgação/promoção de produtos imobiliários utilizando diferentes canais de marketing.

Este MF é subdividido nas seguintes Unidades Formativas:

	Código
■ UNIDADE FORMATIVA 1: TÉCNICAS DE PESQUISA DO MERCADO	UF329
■ UNIDADE FORMATIVA 2: ESTRATÉGIAS DE MARKETING	UF330
■ UNIDADE FORMATIVA 3: TÉCNICAS DE PROMOÇÃO/DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS IMOBILIÁRIOS	UF331

UNIDADE FORMATIVA 1: UF329 – Técnicas de pesquisa do mercado (40 HORAS)

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Definir objetivos, métodos e instrumentos de pesquisa de mercado para a definição das estratégias de marketing.

- CA 1.1. Identificar e definir os instrumentos necessários para a realização de estudos e pesquisas de mercado.
- CA 1.2. Explicar o conceito de fontes primárias e secundárias de informação, assim como as características que devem ter para serem fiáveis.
- CA 1.3. Identificar os principais determinantes ou variáveis do comportamento do cliente.
- CA 1.4. Perante um caso prático em que se estabelecem as necessidades de informação da organização:
- Definir o objetivo da pesquisa de mercado
 - Selecionar as variáveis do objeto de estudo.
 - Elaborar o questionário.
 - Explicar a influência ou a relação entre as variáveis e as necessidades de informação da organização.

C2: Definir e desenvolver planos de trabalho de campo para os estudos de mercado relacionados com a atividade comercial, utilizando recursos informáticos.

- CA 2.1. Identificar os parâmetros essenciais que se deve ter em conta na recolha de dados através dos inquéritos.
- CA 2.2. Identificar as rubricas que integram um orçamento de trabalho de campo.
- CA 2.3. Descrever as etapas e os requisitos de atuação que devem seguir os inquiridores no desenvolvimento do seu trabalho.
- CA 2.4. Numa prática simulada em que se estabelecem as necessidades da organização dos documentos:
- Identificar e analisar tipos de documentos existentes.
 - Classificar e enumerar os documentos.
 - Catalogar os documentos conforme tipo e assunto.
- CA 2.5. A partir de um questionário, detetar possíveis erros em relação a:
- Estrutura das perguntas.
 - Conexão entre resposta e pergunta.
 - Conformidade entre o conteúdo do questionário e os objetivos da pesquisa.

- Adequação do tamanho do questionário.

C3: Aplicar técnicas de recolha, organização e tratamento de dados e informações do estudo de mercado visando a definição de estratégias de marketing utilizando meios informáticos.

- CA 3.1. Explicar as técnicas de recolha de informações de fontes primárias e secundárias utilizadas.
- CA 3.2. Identificar as fontes de informação secundárias mais relevantes e confiáveis: as instituições oficiais nacionais e internacionais, câmaras de comércio, catálogos, diretórios, bancos de dados especializados, órgãos produtores de estatísticas sectoriais (OPES) e outros.
- CA 3.3. Definir os objetivos de uma pesquisa e com base num orçamento:
- Selecionar a técnica de recolha de informação justificando a sua eleição.
 - Avaliar o custo/benefício para obter a informação de diferentes fontes.
 - Utilizar os motores de busca de informação online para a obtenção de informações.
 - Utilizar as aplicações informáticas adequadas para a obtenção de informação, apresentação do trabalho, arquivo e posterior utilização.

C4: Organizar e analisar as informações e dados recolhidos no mercado, de forma metódica e sistematizada, e elaborar relatórios que permitam a tomada de decisões.

- CA 4.1. Descrever a tipologia de dados processados habitualmente.
- CA 4.2. Explicar as técnicas de organização da informação mais utilizadas num Sistema de Informação de Marketing (SIM).
- CA 4.3. Elaborar relatórios do estudo de forma clara e ordenada de acordo com as especificações das informações recolhidas.
- CA 4.4. Estruturar e sintetizar as informações recolhidas no mercado a fim de produzir o relatório final.
- CA 4.5. A partir de um caso prático de uma investigação em que foram recolhidos dados de diferentes tipos de fontes:
- Classificar os dados segundo o tipo e fonte de informação.
 - Aplicar uma técnica adequada e de fácil acesso para organizar e arquivar a informação recolhida.
 - Aplicar um programa informático adequado para o tratamento, organização da informação e sua posterior atualização.
- CA 4.6. Numa prática simulada que requer uma determinada informação para o desenvolvimento de um estudo do mercado:
- Identificar as fontes de informação secundárias e os procedimentos de recolha.
 - Identificar as variáveis a obter de fontes de informação secundárias.
 - Selecionar a fonte de informação secundária que pode proporcionar o valor as variáveis identificadas.
 - Aceder à base de dados online para a obtenção da informação.
 - Aplicar programas informáticos para o tratamento da informação, apresentação do trabalho e posterior atualização.
- CA 4.7. A partir de um caso prático sobre um produto e definidas as necessidades de informação e o público-alvo:
- Definir a amostragem.
 - Elaborar um questionário para a obtenção da informação.
 - Realizar um pré-teste do questionário elaborado.
 - Simular a realização de inquéritos: presenciais, por telefone, correio, correio eletrónico, fax e outros.
 - Elaborar a tabulação dos dados obtidos.
 - Estabelecer os procedimentos de controlo para garantir a qualidade e fiabilidade dos dados e dos processos de recolha de informação.

- Utilizar as aplicações informáticas adequadas para a obtenção, apresentação do trabalho, arquivo, posterior utilização e atualização.

C5: Aplicar técnicas estatísticas aos dados e informações recolhidas nos processos de investigação comercial.

- CA 5.1.** Descrever as técnicas estatísticas habitualmente utilizadas para a interpretação e análise de dados comerciais.
- CA 5.2.** Explicar os métodos de inferência estatística na interpretação dos inquéritos e controlo de fiabilidade.
- CA 5.3.** Identificar e analisar as diferentes formas de representação dos dados obtidos na investigação comercial.
- CA 5.4.** Explicar as vantagens da utilização de aplicações informáticas: folhas de cálculo, bases de dados e seu tratamento no âmbito de um SIM.
- CA 5.5.** A partir dos dados recolhidos numa investigação comercial e aplicando o programa informático correspondente:
- Classificar os dados recolhidos.
 - Utilizar com destreza aplicações informáticas adequadas para o tratamento dos dados recolhidos e seu arquivamento para posteriores atualizações.
 - Aplicar os cálculos estatísticos básicos – média, moda, mediana, variância, taxas de variação e/ou taxas de comparação, desvio-padrão, entre outros - para a obtenção de informações, como por exemplo: quota de mercado, tendências de mercado, perfis de clientes e outros.
 - Comparar os resultados estatísticos obtidos com as hipóteses formuladas do estudo desenhado.
 - Elaborar um relatório em que se refletem de maneira clara e sintética as conclusões, relacionando os resultados obtidos de análise estatístico com o objeto do estudo.

Conteúdos

1. Análise do Mercado

- 1.1. O mercado: conceito, tipo, estrutura e limites;
- 1.2. O sistema comercial: variáveis controláveis e não controláveis;
- 1.3. Análise dos elementos das envolventes micro e macro;
- 1.4. Instituições nacionais e internacionais que regulam ou influenciam a atividade comercial da empresa,
- 1.5. Estudo do comportamento do cliente;
- 1.6. Análise do processo de compra do cliente:
 - 1.6.1. Determinantes internos e externos que influem no processo de compra;
 - 1.6.2. Análise do processo de compra do cliente: Fases e variáveis;
- 1.7. Segmentação de mercados: Finalidade, requisitos e critérios;
- 1.8. Aplicação de segmentação de mercados no desenho das estratégias de marketing.

2. As necessidades de informação para a tomada de decisões de marketing

- 2.1. Tipos de informação segundo a sua natureza, origem e disponibilidade;
- 2.2. O Sistema de Informação de Marketing (SIM). Conceito, finalidade e estrutura;
- 2.3. A pesquisa de mercado. Conceito, finalidade e aplicações;
- 2.4. O processo metodológico de pesquisa de mercado;
- 2.5. Pesquisa de mercado em Cabo Verde;
- 2.6. Aspetos éticos da pesquisa de mercado.

3. Planeamento de pesquisa de mercado

- 3.1. Definição e formulação de objetivos de pesquisa de mercado.

- 3.2. Definição da técnica de pesquisa de mercado.
- 3.3. Elaboração do plano de pesquisa de mercado.
- 3.4. Tipos de técnicas de pesquisa: estudos exploratórios, descritivos e experimentais.
- 3.5. Fases de pesquisas de mercado.
- 3.6. Orçamentação e custeio de pesquisas de mercado.
- 3.7. Simulação do processo de planificação da pesquisa de mercado.
- 3.8. Fontes de informação: internas e externas, primárias e secundárias.

4. Técnicas e formas de recolha e organização de informações na pesquisa de mercado

- 4.1. Métodos de obtenção de informação primária e secundária;
- 4.2. Técnicas de investigação qualitativa: “*focus group*”, entrevistas em profundidade e técnicas projetivas;
- 4.3. Técnicas de investigação quantitativa: inquéritos, observação e experimentação;
- 4.4. Análise qualitativa e quantitativa da informação;
- 4.5. Apresentação dos dados;
- 4.6. Tecnologias de informação e comunicação aplicadas à pesquisa de mercado;
- 4.7. Organização e tabulação da informação;
- 4.8. Análise comparativa dos métodos de recolha de informação;
- 4.9. Simulação do processo de recolha de informação primária.

5. Elaboração de questionários

- 5.1. Objetivos do questionário;
- 5.2. Elementos e estrutura;
- 5.3. Argumentação;
- 5.4. Tipologia e classificação dos questionários;
- 5.5. Características de questionários - tipos segundo os meios e tempo disponível;
- 5.6. Elaboração de questionários;
- 5.7. Tipos de perguntas: Relação pergunta/resposta e Codificação de perguntas;
- 5.8. Problemas e formas de resolução na elaboração dos questionários;
- 5.9. Aplicações informáticas no desenho de questionários.

6. Técnicas de amostragem

- 6.1. Conceitos chave de técnicas de amostragem: população, universo e amostra;
- 6.2. Tipos de amostragem: probabilística aleatória, não aleatória, estratificada e por conglomerados. Amostragem não probabilística;
- 6.3. Cálculo do tamanho da amostra: Descrição das unidades da amostra;
- 6.4. Cálculo da margem de erro e índice de confiança;
- 6.5. Critérios de inclusão e exclusão;
- 6.6. Objetivos e taxa de resposta.

7. Planificação e organização do trabalho de campo de uma pesquisa de mercado

- 7.1. Elaboração de um plano de trabalho de campo numa pesquisa do mercado. Fases do trabalho. Determinação dos objetivos;
- 7.2. Determinação do número de inquiridores/entrevistadores necessários para uma pesquisa. Características pessoais e profissionais dos inquiridores;
- 7.3. Atribuição de objetivos individuais e coletivos da equipa de trabalho de campo;
- 7.4. Programação do trabalho de campo. Distribuição de tempos e cargas de trabalho aos inquiridores. Distribuição territorial dos inquiridores;
- 7.5. Localização e/ou seleção dos elementos da amostra. Formulário do itinerário;
- 7.6. Métodos de inquérito;
- 7.7. Interpretação do questionário.

8. Tratamento e análise estatística dos dados

- 8.1. Codificação e classificação dos dados;
- 8.2. Representação gráfica dos dados;
- 8.3. Tipos de dados: qualitativos e quantitativos. Técnicas de análise;
- 8.4. Estatística descritiva: Medidas de tendência central, de dispersão e de forma;
- 8.5. Aplicações informáticas para o tratamento e análise da informação;
- 8.6. Folhas de cálculo e bases de dados.

9. Elaboração e apresentação de relatórios comerciais

- 9.1. Estrutura e elementos de um relatório comercial;
- 9.2. Princípios e normas aplicáveis na elaboração de relatórios comerciais;
- 9.3. Elaboração de relatórios com os resultados da análise estatística de dados e as conclusões de pesquisa;
- 9.4. Apresentação de dados e anexos estatísticos: tabelas, quadros e gráficos;
- 9.5. Aplicações informáticas para a elaboração de relatórios e apresentação de dados e informação obtidos num estudo comercial.

UNIDADE FORMATIVA 2: UF330 – Estratégias de marketing (40 HORAS)

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Analisar a situação no mercado imobiliário, detetando pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças.

- CA 1.1. Classificar os produtos/serviços de acordo com critérios de diferentes mercados, características, perfil do cliente, concorrentes e outros.
- CA 1.2. Identificar as diversidades existentes no mercado imobiliário.
- CA 1.3. Explicar a finalidade e características da técnica de análise SWOT aplicada a um mercado imobiliário.
- CA 1.4. A partir de uma série de dados referentes à evolução de um mercado, segmentação e posicionamento de um produto/serviço imobiliários existentes:
- Calcular a dimensão e quotas de mercado;
 - Analisar os posicionamentos existentes com a finalidade de detetar lacunas no mercado;
 - Avaliar a oportunidade de lançamento de um novo produto/serviço e características que deve ter;
 - Elaborar um relatório, utilizando as aplicações informáticas adequadas, relacionando os resultados obtidos da análise de maneira clara e sintética.

C2: Analisar os fatores envolvidos na estratégia de um produto/serviço imobiliário no plano de marketing.

- CA 2.1. Identificar os fatores que definem a política do produto;
- CA 2.2. Explicar o significado da abrangência do imóvel/propriedade, diferenciando entre tipologia, área/zona e condições entre outros;
- CA 2.3. Explicar a importância da apresentação do imóvel na diferenciação do mercado;
- CA 2.4. Explicar as estratégias possíveis para a diferenciação no caso de serviços de intermediação imobiliária.

C3: Analisar a política de preços de produtos e serviços imobiliários, assim como as variáveis que o compõe e influenciam, utilizando ferramentas de cálculo adequadas.

- CA 3.1. Identificar a normativa vigente relativa a preços de produto/serviço,
- CA 3.2. Identificar as diferentes variáveis que determinam o preço de um produto/serviço;
- CA 3.3. Reconhecer a repercussão e importância do preço dos produtos e/ou serviços no mercado;
- CA 3.4. Identificar as fontes de dados que proporcionam informação sobre os preços da concorrência,
- CA 3.5. Identificar os custos relevantes na fixação do preço de venda ao público,
- CA 3.6. A partir de dados relativos a custos fixos e variáveis de um produto/serviço e de uma previsão das vendas:
- Identificar e explicar os procedimentos utilizados no cálculo do ponto morto ou de equilíbrio;
 - Interpretar os resultados.
- CA 3.7. Explicar os métodos de fixação de preços e o efeito da elasticidade dos preços.
- CA 3.8. Numa prática simulada sobre estudo de mercado imobiliário:
- Obter os preços das empresas concorrentes, identificando a origem, o processo de fixação dos preços e outros elementos relevantes;
 - Classificar os dados obtidos;
 - Analisar a estratégia de preços de cada categoria de produto em função das variáveis do objeto de estudo: tipologia, categoria, qualidade e outras;

- Elaborar um relatório que reflita de maneira clara e concisa as conclusões, relacionando os resultados obtidos na análise estatística com o objeto de estudo;
- Utilizar as aplicações informáticas adequadas.

C4: Analisar os fatores que definem a estratégia de localização, de acordo com o tipo de imóvel/propriedade e os serviços de intermediação imobiliária bem como as necessidades dos clientes.

- CA 4.1. Explicar as características das diferentes tipologias dos intervenientes (proprietários, clientes, agentes, interlocutores, representantes) que os influenciam.
- CA 4.2. Explicar as vantagens e desvantagens de dispor de uma rede de venda própria e/ou alheia.
- CA 4.3. A partir da localização do imóvel/propriedade:
- Selecionar a forma de venda/arrendamento mais adequada;
 - Definir a rede de vendas: própria, alheia ou mista.
- CA 4.4. A partir da localização de um imóvel/propriedade, calcular o seu custo em função área/zona.
- CA 4.5. A partir dos dados de uma empresa imobiliária:
- Classificar os imóveis/propriedades em função de tipologia, área/zona, condições urbanísticas, entre outros;
 - Elaborar um relatório que apresenta de uma forma ordenada e homogénea as informações necessárias, utilizando as aplicações informáticas.

C5: Analisar os fatores envolvidos na estratégia de promoção de uma empresa imobiliária e o público-alvo a que se destina.

- CA 5.1. Identificar os fatores que intervêm na estratégia de promoção de uma empresa imobiliária.
- CA 5.2. Descrever os meios, suportes e formas de comunicação mais utilizados nas práticas comerciais.
- CA 5.3. Elaborar o orçamento de promoção.
- CA 5.4. Definir os objetivos para a promoção de produtos/serviços.
- CA 5.5. Analisar os principais métodos de medição da eficácia promocional, explicando vantagens e inconvenientes.
- CA 5.6. Numa prática simulada de comercialização de um produto/serviço imobiliário:
- Analisar os meios promocionais adequados, identificando custos e benefícios.
 - Selecionar um meio de promoção argumentando a sua escolha.
 - Definir o conteúdo e forma da mensagem promocional.

C6: Relacionar as variáveis envolvidas no plano de marketing e obter conclusões necessárias para o estabelecimento de estratégias de marketing.

- CA 6.1. Explicar o conceito de "marketing-mix" e relacionar entre si os elementos que o compõem.
- CA 6.2. A partir de um plano de marketing:
- Interpretar cada uma das fases.
 - Extrair conclusões a respeito das ações propostas.
 - Elaborar propostas de implementação.
- CA 6.3. Explicar a finalidade do "briefing" e os elementos que devem integrá-lo.
- CA 6.4. A partir um conjunto de dados relacionados com um produto e uma ação concreta:
- Selecionar aqueles que são necessários para elaborar o *briefing*.
 - Elaborar um "briefing" em que se refletem de maneira clara e concisa as conclusões, utilizando aplicações informáticas.
- CA 6.5. A partir de um "briefing", analisar as informações que contém identificando o seu objeto.

C7: Elaborar relatórios de controlo e seguimento das ações, definidas no plano de marketing.

- CA 7.1. Argumentar a necessidade de controlo e seguimento das ações de marketing para a sua melhoria contínua e eficiência do plano de marketing.
- CA 7.2. Explicar os principais rácios de controlo para medir a eficácia de um plano de marketing.
- CA 7.3. A partir de dados da evolução de vendas por produto, preço e ações promocionais:
- Calcular rácios de controlo habituais utilizando folhas de cálculo e outras ferramentas apropriadas;
 - Elaborar um relatório apresentando os resultados, rácios obtidos, extrair conclusões sobre os desvios ocorridos e propor medidas corretivas.

Outras capacidades associadas ao módulo

- Mostrar interesse e preocupação em satisfazer as necessidades dos clientes;
- Transmitir informações de forma ordenada, estrutura clara e precisa para as pessoas certas em cada vez;
- Iniciativa da atividade profissional;
- Organizar o próprio trabalho e as suas prioridades;
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos;
- Responsabilizar pelo trabalho a desenvolver no sentido de atividades promoção e comercialização imobiliária;
- Demonstrar competências profissionais na programação do plano de marketing;
- Terminar o trabalho no prazo estabelecido;
- Demonstrar autonomia na resolução de contingências relacionadas com a sua atividade;
- Empregar tempo e esforço em ampliar o conhecimento e informação complementar;
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos, respeitando os canais estabelecidos pela organização;
- Adaptar-se à organização integrando no sistema de relações técnico-profissional;
- Interpretar e executar as instruções de trabalho;
- Respeitar as normas e os procedimentos internos da empresa.

Conteúdos

1. Marketing imobiliário

- 1.1. Conceito e funções
- 1.2. O departamento: função, características e outros
- 1.3. Profissionais de marketing
- 1.4. O mercado imobiliário
- 1.5. O cliente
- 1.6. Concorrência
- 1.7. Novas tendências de marketing

2. Definição de política de produto/serviço imobiliário

- 2.1. Tipologia de produtos/serviços
- 2.2. Política de produto/serviço
- 2.3. Experiência e *Know-how*
- 2.4. Localização, área/zona, condições urbanísticas, entre outros
- 2.5. Normas de comercialização de imóveis
- 2.6. Elaboração de *briefings* de produtos/serviços

3. Fixação de preços

- 3.1. Conceito e tipos de preços
- 3.2. Análise de custos
- 3.3. Métodos e estratégias de fixação de preços

4. Estratégia de comunicação

- 4.1. Comunicação
- 4.2. Publicidade
- 4.3. Promoção
- 4.4. Relações públicas e a venda pessoal

5. Estratégia de localização

- 5.1. Área/zona de comercialização
- 5.2. Condições urbanísticas
- 5.3. Intermediação comercial
- 5.4. *Franchising*

6. Elaboração de um plano de marketing

- 6.1. Elaboração de um plano de «marketing»
- 6.2. Seguimento e controlo das políticas e ações do plano de marketing

**UNIDADE FORMATIVA 3: UF331 – Técnicas de promoção/divulgação de produtos imobiliários
(60 HORAS)**

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Aplicar diferentes técnicas para promover carteiras imobiliárias.

- CA 1.1. Identificar os diferentes meios de comunicação e ações promocionais de imóveis/propriedades utilizados na atividade imobiliária.
- CA 1.2. Diferenciar ações de marketing direto habitualmente aplicados a imóveis: gráficos, on-line e telemarketing, entre outros.
- CA 1.3. Explicar as características que definem o perfil e as motivações de compra do cliente, *reality on-line*, bem como o comportamento do mesmo.
- CA 1.4. Definir as variáveis e informações de propriedade mais relevantes para o marketing.
- CA 1.5. Identificar os elementos que caracterizam a campanha promocional imobiliária *on-line*, entre outros.
- CA 1.6. A partir das informações de uma carteira de imóveis/propriedades, discutir os prós e contras de sua publicação em diferentes meios de comunicação: jornais, revistas, Web, catálogos e outros.
- CA 1.7. Analisar as diferenças nos conteúdos das mensagens, dependendo do tipo de clientes ou público-alvo a que se dirigem e meio/suporte utilizado para a sua transmissão.
- CA 1.8. Explicar os efeitos sobre o comportamento do cliente em diversas ações promocionais e de merchandising levadas a cabo pela empresa/agência imobiliária.
- CA 1.9. Identificar e interpretar os regulamentos aplicáveis e as normas de ética profissional em publicidade e promoção de vendas imóveis/propriedades.

C2: Elaborar documentos e/ou simples itens promocionais de imóveis/propriedades, em diferentes meios adaptados às principais atividades de intermediação imobiliária.

- CA 2.1. Identificar e diferenciar os critérios de desenvolvimento de ações promocionais, de acordo com o suporte de divulgação.
- CA 2.2. Num estudo de caso de promoção de imóveis/propriedades, devidamente caracterizado, elaborar uma carta comercial de serviços de intermediação imobiliária com correção lexical e ortográfica, de forma clara e concisa, utilizando aplicações informáticas apropriadas.
- CA 2.3. Num estudo de caso do mercado imobiliário fazer um cartaz, concebendo o layout, definindo o seu conteúdo, cor, fontes legíveis e visíveis ao mesmo.
- CA 2.4. Distinguir as funções comuns em aplicativos de edição eletrônica para cartazes e folhetos em formato papel e digital.
- CA 2.5. Projetar um site simples que oferece produtos imobiliários, utilizando aplicações informáticas ao nível do utilizador para edição eletrônica de sites e blogs.
- CA 2.6. Numa situação prática, a partir da caracterização de alguns imóveis/propriedades para a promoção:
 - Definir a mensagem que deseja transmitir em termos das características de cada imóvel/propriedade;
 - Fazer um pequeno catálogo de informações e imagens de imóveis/propriedades;
 - Conceber brochuras e panfletos de slogans usando um aplicativo informático de edição eletrônica.

C3: Identificar os diferentes tipos de clientes de modo a adequar o imóvel às suas necessidades.

- CA 3.1. Identificar as variáveis envolvidas no comportamento e motivação de compra de imóveis pelos clientes.
- CA 3.2. Avaliar a importância do conhecimento do cliente e do produto para garantir o sucesso da intermediação imobiliária.

- CA 3.3.** Definir a importância da estrutura e desenvolvimento de um guião para a deteção e argumento de necessidades para a comercialização de imóveis.
- CA 3.4.** Desenvolver um guião de entrevista com questões fundamentais para qualificar o cliente segundo:
- Suas necessidades;
 - Motivações de compra;
 - Capacidade para contrair empréstimos, entre outros.
- CA 3.5.** Numa prática simulada sobre uma entrevista com um proprietário/cliente para arrendamento:
- Aplicar as técnicas de comunicação, verbal e não-verbal e habilidades sociais que facilitam a empatia do cliente;
 - Classificar as necessidades dos clientes em críticas e autocríticas;
 - Definir o imóvel "ideal", de modo a garantir a satisfação das necessidades do cliente crítico;
 - Descrever claramente as características da propriedade selecionada, destacando as suas vantagens e sua relevância para a satisfação das necessidades do cliente.
- CA 3.6.** Numa prática simulada sobre uma entrevista com um proprietário/cliente para compra:
- Identificar o tipo de cliente e suas necessidades de compra, fazendo as perguntas pertinentes;
 - Aplicar as técnicas de comunicação, verbal e não-verbal e habilidades sociais que facilitam a empatia do cliente;
 - Classificar as necessidades dos clientes em críticas e autocríticas;
 - Definir o imóvel "ideal", de modo a garantir a satisfação das necessidades do cliente crítico;
 - Descrever claramente as características da propriedade selecionada, destacando as suas vantagens e sua relevância para a satisfação das necessidades do cliente.
- CA 3.7.** Identificar os diferentes tipos de consultas disponíveis numa base de dados previamente elaborada e analisar a funcionalidade de cada um.
- CA 3.8.** Num estudo de caso convenientemente caracterizado que fornece informações de imóveis/propriedade contidos numa base de dados:
- Gerir as informações com precisão, utilizando aplicativos que permitem a sua consulta;
 - Identificar as informações solicitadas e a sua localização física na aplicação;
 - Editar o arquivo, se for o caso, recuperar as informações.
- C4: Aplicar técnicas de vendas e resposta às objeções dos clientes/proprietários em operações de comercialização de produtos/serviços de intermediação imobiliária.**
- CA 4.1.** Descrever as principais fases do processo de comercialização, presencial ou não para a venda / arrendamento;
- CA 4.2.** Identificar as objeções habitualmente demonstradas pelos proprietários, clientes/requerentes na compra/arrendamento;
- CA 4.3.** Explicar e exemplificar técnicas existentes para responder às objeções mais comuns a vários clientes imobiliários;
- CA 4.4.** A partir da caracterização de um imóvel/propriedade e um cliente interessado em comprar / arrendar, simular apresentação do produto, utilizando, se necessário, fotografias, desenhos ou outros;
- CA 4.5.** Numa prática simulada de marketing por telefone:
- Realizar a entrevista e identificar as necessidades e o poder de compra do cliente, adotando técnicas e meios de comunicação (telefone ou Internet), procurando a empatia e confiança com o cliente;

- Transmitir com clareza e precisão, oralmente e por escrito, as informações de propriedade disponível.
- CA 4.6.** A partir de uma aplicação de dados on-line e/ou pedidos de informações via e-mail sobre imóveis/propriedades:
- Elaborar as perguntas para identificar as necessidades dos clientes numa linguagem simples e adequada, com correção lexical e ortográfica, promovendo empatia e confiança com os mesmos;
 - Transmitir, por escrito, as informações disponíveis no catálogo de imóveis/propriedades com clareza e precisão;
 - Propor a celebração de um acordo de continuidade.
- CA 4.7.** Numa prática simulada sobre uma visita com um cliente para a compra de um imóvel, a partir da informação de operação comercial convenientemente caracterizada:
- Apresentar claramente as características do imóvel, destacando as suas vantagens e a sua adaptação às necessidades dos clientes utilizando ferramentas de apresentação;
 - Assegurar durante a simulação uma atitude que promove a confiança e decisão de compra;
 - Argumentar as objeções do cliente/comprador, utilizando diferentes técnicas para responder as objeções;
 - Avaliar rigorosamente os aspetos determinantes que podem ser melhorados.
- C5: Avaliar a importância do seguimento das operações, visitas a clientes e contactos, garantindo a qualidade e melhoria contínua no serviço de comercialização imobiliária.**
- CA 5.1.** Argumentar a vantagem da aplicação de técnicas de seguimento e controlo, em diferentes fases do processo de comercialização de imóveis/propriedades.
- CA 5.2.** Explicar a utilidade de gestão de relacionamento com o cliente, e.g. CRM, base de dados, sistema informático de controlo das operações de intermediação numa agência/empresa imobiliária.
- CA 5.3.** Explicar os critérios e indicadores para avaliar a eficácia e a qualidade de um serviço de intermediação imobiliária e a sua melhoria contínua.
- CA 5.4.** Identificar a documentação que é utilizada para recolher as informações numa visita e / ou entrevista com um cliente.
- CA 5.5.** Identificar e controlar as informações mínimas exigidas num relatório de visita e/ou entrevista com um cliente/proprietário.
- CA 5.6.** Na simulação de uma visita a um imóvel/propriedade com um cliente, convenientemente caracterizada preencher os dados num formulário de visita previamente elaborado.
- CA 5.7.** Elaborar relatórios e/ou documentos de trabalho, formulários de visita ou outros, especificando a informação e acompanhamento do processo de comercialização de imóveis, utilizando aplicações informáticas adequadas.
- CA 5.8.** Numa prática simulada sobre o relacionamento com um potencial cliente e a partir de informação convenientemente caracterizada:
- Descrever os critérios comerciais para decidir a inclusão do cliente num programa de fidelidade.
 - Identificar as áreas de atuação dentro da sua responsabilidade que singularizam essa relação.
- CA 5.9.** Explicar o significado do serviço pós-venda nos processos de comercialização imobiliária.

Conteúdos

1. Comercialização de produtos imobiliários

- 1.1. Estrutura e processo no negócio imobiliário: características de produtos e serviços de intermediação imobiliária;
- 1.2. Os regulamentos que regem a compra/venda e arrendamento de imóveis/propriedades;

- 1.3. Processos de recrutamento imobiliários;
- 1.4. Tipos de contratos;
- 1.5. Tipos e características do imóvel;
- 1.6. Propriedade: a proteção oficial e condomínios habitacionais;
- 1.7. Casos especiais: Habitação nova e/ou outro;
- 1.8. Lei de arrendamento urbano (LAU);
- 1.9. Arrendamento de habitação;
- 1.10. Legislação de defesa do cliente afetando as transações imobiliárias.

2. Técnicas de promoção imobiliária

- 2.1. Técnicas básicas de promoção de imóveis: meios e canais promocionais;
- 2.2. Conteúdo e mensagem dos imóveis/propriedades para promoção;
- 2.3. Elementos de propriedade de desenvolvimento: anúncios, folhetos e cartazes, entre outros;
- 2.4. Técnicas básicas de *layout*, forma e cor para panfletos e cartazes;
- 2.5. *Software* informático para edição eletrônica de folhetos, outdoors e outros;
- 2.6. Atividades promocionais na internet como um canal de agência de marketing. Ferramentas de marketing *online*.

3. Técnicas de vendas de imóveis

- 3.1. O processo de venda de imóveis;
- 3.2. Fases e as diferenças de vendas presenciais ou não;
- 3.3. Levantamento de necessidades dos clientes e do comportamento dos produtos imobiliários;
- 3.4. Regras básicas para a formulação de perguntas e qualificação dos clientes;
- 3.5. Apresentação e visita: demonstração do produto imóvel/propriedade;
- 3.6. Adaptação às necessidades dos clientes;
- 3.7. Técnicas da comunicação verbal e não-verbal com o cliente;
- 3.8. Argumento comercial: as objeções, as vendas adicionais, substituição na intermediação imobiliária;
- 3.9. O fecho da transação imobiliária;
- 3.10. Negociação em condições básicas;
- 3.11. Técnicas de vendas aplicáveis à atividade imobiliária;
- 3.12. *E-commerce* na atividade imobiliária.

4. Operação comercial imobiliária

- 4.1. Descrições e tipos de transações imobiliárias.
- 4.2. Elementos e fases nas transações imobiliárias.
- 4.3. Código de ética e regulamentos do mercado imobiliário.
- 4.4. Documentação comum em transações imobiliárias.
- 4.5. Realização de pré-contratos e outros documentos nas transações imobiliárias.

Outras capacidades associadas ao módulo

- Mostrar interesse e preocupação para satisfazer as necessidades dos clientes;
- Transmitir informações de forma ordenada, estruturada, clara e precisa;
- Iniciativa da atividade profissional;
- Organizar o próprio trabalho e as suas prioridades;
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos;
- Responsabilizar pelo trabalho a desenvolver no sentido de atividades promoção e comercialização imobiliária;
- Demonstrar competências profissionais na programação das ações de promoção e comercialização imobiliária;
- Terminar o trabalho no prazo estabelecido;

- Demonstrar autonomia na resolução de contingências relacionadas com a sua atividade;
- Empregar tempo e esforço em ampliar o conhecimento e informação complementar;
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos, respeitando os canais estabelecidos pela organização;
- Adaptar-se à organização integrando no sistema de relações técnico-profissional;
- Interpretar e executar as instruções de trabalho;
- Respeitar as normas e os procedimentos internos da empresa.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

1. Domínio de conhecimentos e técnicas relacionadas com as atividades marketing e comercialização, que é credenciada por uma das seguintes formas:
 - a. Formação académica de nível superior relacionadas com este campo profissional;
 - b. Experiência profissional mínima de 3 anos no campo das competências relacionadas com este módulo formativo.
2. Competência pedagógica acreditada de acordo com o estabelecido pelas entidades competentes.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º, 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF5: INGLÊS PROFISSIONAL PARA ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS E DE INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA

Código: MF217_4

Nível: 4

Duração: 120 Horas

Associado à UC217_4: Comunicar em inglês, com um nível de usuário independente, nos relacionamentos e atividades administrativas e de intermediação imobiliária.

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Interpretar com precisão, mensagens orais complexas em inglês, expressas por clientes e profissionais do sector, emitidas no contexto profissional em atividades imobiliárias.

CA 1.1. Interpretar em detalhe mensagens orais emitidas em inglês, identificando o significado implícito, o propósito e o estilo da mensagem em situações profissionais simuladas, tais como:

- Solicitação de informação acerca dos imóveis/propriedades objeto de prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Programação, promoção e comunicação de atividades imobiliárias;
- Criação e dinamização de equipas de trabalho;
- Interpretação dos documentos relativos aos imóveis/propriedades de interesse;
- Acompanhamento e assistência ao cliente/proprietário;
- Informação aos clientes de qualquer aspeto relevante necessário para a prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Oferta de venda/arrendamento de imóveis;
- Resolução de sugestões e reclamações;

CA 1.2. Interpretar de forma precisa, mensagens orais emitidas em inglês em situações profissionais simuladas em condições que afetam a comunicação, tais como:

- Comunicação formal ou informal;
- Número e características dos clientes;
- Costumes na utilização da língua e diferentes sotaques;
- Clareza da pronúncia;
- Ruído ambiental, interferências e distorções próprias dos serviços de intermediação imobiliária.

C2: Interpretar com precisão, mensagens e documentos complexos escritos em inglês, referentes ao contexto profissional dos serviços de intermediação imobiliária.

CA 2.1. Interpretar ao pormenor mensagens, instruções complexas e documentos recebidos ou utilizados em inglês e reconhecer o significado implícito, o estilo e o propósito, em situações profissionais devidamente simuladas, tais como:

- Consulta de manuais de aplicação informática;
- Consulta de regulamentos;
- Leitura de mensagens, cartas, faxes ou correios eletrónicos;
- Informação sobre produtos, serviços e preços;
- Leitura de contratos ou outros;
- Consulta de manuais de maquinaria, equipamento ou utensílios da atividade imobiliária;
- Informação sobre imóveis/propriedades.

CA 2.2. Interpretar mensagens escritas em inglês, em situações profissionais simuladas em condições que afetam a comunicação.

C3: Produzir mensagens orais complexas em inglês, com rapidez, no contexto profissional dos serviços de intermediação imobiliária.

CA 3.1. Expressar oralmente em inglês, pronunciando com clareza, rapidez e sem esforço, mensagens complexas e bem estruturadas, com um vocabulário amplo, em situações profissionais simuladas, tais como:

- Solicitação de informação acerca do cliente/proprietário objeto de prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Programação, promoção e comunicação de atividades imobiliárias;
- Criação e dinamização de equipa comercial;
- Interpretação das características dos imóveis/propriedade de interesse;
- Acompanhamento e assistência ao cliente/proprietário;
- Informação ao cliente/proprietário de qualquer aspeto relevante necessário para a prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Oferta de venda/arrendamento de serviços de intermediação imobiliária;
- Resolução de sugestões e reclamações.

CA 3.2. Expressar oralmente em inglês mensagens complexas e longas, adequando o tipo de mensagem e o registo, em situações profissionais simuladas em condições que podem afetar a comunicação, tais como:

- Comunicação formal ou informal;
- Costumes no uso da língua;
- Número e características dos clientes;
- Ruído ambiental ou interferências frequentes nas atividades de intermediação imobiliária: transportes, zona/área, itinerários, entre outros;

C4: Redigir em inglês documentos complexos, lexical e ortograficamente correto, utilizando um vocabulário amplo, referentes ao contexto profissional dos serviços de intermediação imobiliária.

CA 4.1. Redigir em inglês mensagens escritas, ajustadas a critérios de correção gramatical e ortográfica, no estilo apropriado e que utilizam um vocabulário amplo, em situações profissionais simuladas, tais como:

- Promoção de uma atividade imobiliária;
- Informação de interesse para o cliente, tais como horários, datas e avisos;
- Informação imobiliária em geral;
- Avisos para clientes/proprietários;
- Reservas e venda ou arrendamento de imóveis/propriedades;
- Atenção por escrito às solicitações de informação por parte de clientes/proprietários ou profissionais do sector;
- Solicitação por escrito de informação a clientes, proprietários e profissionais do sector;
- Gestão de reservas e confirmação de serviços por escrito;
- Resolução de sugestões e reclamações por escrito;
- Formalização de documentos de controlo, contratos ou bónus;
- Elaboração de relatórios.

CA 4.2. Redigir em inglês mensagens e instruções escritas, ajustadas a critérios de correção gramatical e ortográfica adequando a mensagem, o suporte e o meio a situações profissionais simuladas em condições que podem afetar a comunicação, tais como:

- Comunicação formal ou informal;
- Costumes no uso da língua;
- Características dos receptores/interlocutores da mensagem;

C5: Comunicar oralmente com um ou vários interlocutores em inglês, expressando e interpretando mensagens complexas com fluidez e em diferentes situações, formais e informais, próprias da atividade de intermediação imobiliária.

CA 5.1. Interagir com um ou vários interlocutores em inglês, de uma forma espontânea e flexível, em situações profissionais simuladas, tais como:

- Solicitação de informação acerca do cliente/proprietário objeto de prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Programação, promoção e comunicação de atividades imobiliárias;
- Criação e dinamização de equipa comercial;
- Interpretação das características dos imóveis/propriedade de interesse;
- Acompanhamento e assistência ao cliente/proprietário;
- Informação ao cliente/proprietário de qualquer aspeto relevante necessário para a prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Oferta de venda/arrendamento de produtos e serviços de intermediação imobiliária;
- Resolução de sugestões e reclamações;
- Receção e despedida de clientes;
- Celebração, alteração e cancelamento de compromissos;
- Apresentação de produtos e argumentação de venda;
- Negociação, acordo e fecho de venda/arrendamento.

CA 5.2. Resolver situações de interação em inglês em condições que afetam a comunicação, tais como:

- Comunicação formal ou informal;
- Costumes no uso da língua;
- Número e características dos clientes/proprietários;
- Diferentes sotaques;
- Ruído ambiental ou interferências frequentes nas atividades de intermediação imobiliária: transportes, zona/área, itinerários, entre outros;

Outras capacidades

- Demonstrar cordialidade, amabilidade e atitude conciliadora e sensível aos outros;
- Tratar o cliente com respeito, cortesia e discrição;
- Mostrar interesse e preocupação no atendimento satisfatório das necessidades dos clientes;
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos, respeitando os canais estabelecidos pela organização;
- Transmitir informações de forma clara, ordenada, estruturada e precisa às pessoas certas;
- Atitude proactiva, amabilidade e clareza no tratamento com os utentes e clientes;
- Capacidade de observação;
- Cortesia e amabilidade;
- Empatia e escolha ativa;
- Integridade, honestidade, confidencialidade e responsabilidade no manuseamento da informação;
- Preocupação pela satisfação dos clientes e pelos detalhes;
- Valorização de uso correto da linguagem;
- Valorização do rigor e precisão nas informações fornecidas.

Conteúdos

1. Informação e atendimento ao cliente/proprietário e outros interlocutores das actividades administrativas de intermediação imobiliária em inglês.

- 1.1. Procura de informação sobre os produtos e serviços imobiliários;
- 1.2. Informação e aconselhamento aos clientes;
- 1.3. Usos e estruturas habituais no atendimento aos clientes e as visitas aos imóveis:
 - 1.3.1. Formas de recepção/saudação;
 - 1.3.2. Apresentações;
 - 1.3.3. Formas de protocolo e cortesia habituais.
- 1.4. Distinção de estilos, formal e informal, na comunicação oral e escrita com clientes;
- 1.5. Tratamento de reclamações ou queixas dos clientes;
- 1.6. Simulação de situações de atendimento ao cliente e resolução de reclamações com fluidez e naturalidade.

2. Comunicação comercial e administrativa escrita em inglês.

- 2.1. Estrutura e terminologia habitual da documentação administrativa e comercial;
- 2.2. Preenchimento dos documentos comerciais e administrativos;
- 2.3. Elaboração de correspondência administrativa e comercial;
- 2.4. Estrutura e formas comuns na preparação dos documentos para comunicação interna;
- 2.5. Elaboração e apresentação de relatórios;
- 2.6. Abreviaturas e usos habituais na comunicação administrativa e comercial escrita em diferentes meios de comunicação: Internet, fax, e-mail, carta ou outras semelhantes.

3. Desenvolvimento de tarefas administrativas de intermediação imobiliária em inglês.

- 3.1. Concerto, adiamento e cancelamento de compromissos de forma escrita e oral;
- 3.2. Convenções e padrões de cortesia, utilizados na comunicação telefónica ou telemática;
- 3.3. Elaboração e interpretação de textos e documentos simples em diferentes suportes;
- 3.4. Redação e tradução de relatórios extensos: dossiers, atas, memórias ou resumos;
- 3.5. Anotações dos discursos profissionais não extensos e não complexos;
- 3.6. Elaboração de correspondência eletrónica.

4. Comercialização de produtos e serviços imobiliários em inglês.

- 4.1. Características de produtos ou serviços, condições de pagamento e serviços pós-venda, entre outros.
- 4.2. Formas de expressão e comparação das condições de venda: instruções de utilização, preços, descontos, acréscimos, entre outros.
- 4.3. Formas de tratamento das objeções dos clientes/proprietários.
- 4.4. Negociação com os proprietários e intermediários do sector.
- 4.5. Gestão da informação sobre clientes/proprietários, intermediários e preços.

5. Apresentações comerciais em inglês.

- 5.1. Elaboração de guiões em inglês para a apresentação de produtos e serviços imobiliários.
- 5.2. Estruturas linguísticas e vocabulário relacionados com a apresentação de produtos e as necessidades de clientes.
- 5.3. Simulação de apresentação oral em inglês.

6. Gestão de operações de transacção imobiliária em inglês.

- 6.1. Terminologia das operações de transacção imobiliária.
- 6.2. Estabelecimento de condições das transacções.
- 6.3. Preenchimento da documentação de transacção imobiliária.
- 6.4. Simulação de gestão operacional da transacção imobiliária.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

1. Domínio de conhecimentos e técnicas relacionadas com técnicas de comunicação na língua inglesa, que é credenciada por uma das seguintes formas:
 - a. Formação académica de nível superior relacionadas com este campo profissional;
 - b. Experiência profissional mínima de 3 anos no campo das competências relacionadas com este módulo formativo.
2. Competência pedagógica acreditada de acordo com o estabelecido pelas entidades competentes.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º, 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF6: SEGUNDA LÍNGUA ESTRANGEIRA NAS ATIVIDADES ADMINISTRATIVAS E DE INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA

Código: MF218_4

Nível: 4

Duração: 120 Horas

Associado à UC218_4: Comunicar numa segunda língua estrangeira diferente do inglês, com um nível de usuário independente, nos relacionamentos e atividades administrativas e de intermediação imobiliária.

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Interpretar com precisão, mensagens orais complexas numa língua estrangeira diferente do inglês, expressas por clientes e profissionais do sector, emitidas no contexto profissional em atividades imobiliárias.

CA 1.1. Interpretar em detalhe mensagens orais emitidas numa língua estrangeira diferente do inglês, identificando o significado implícito, o propósito e o estilo da mensagem em situações profissionais simuladas, tais como:

- Solicitação de informação acerca dos imóveis/propriedades objeto de prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Programação, promoção e comunicação de atividades imobiliárias;
- Criação e dinamização de equipas de trabalho;
- Interpretação dos documentos relativos aos imóveis/propriedades de interesse;
- Acompanhamento e assistência ao cliente/proprietário;
- Informação aos clientes de qualquer aspeto relevante necessário para a prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Oferta de venda/arrendamento de imóveis;
- Resolução de sugestões e reclamações;

CA 1.2. Interpretar de forma precisa, mensagens orais emitidas numa língua estrangeira diferente do inglês em situações profissionais simuladas em condições que afetam a comunicação, tais como:

- Comunicação formal ou informal;
- Número e características dos clientes;
- Costumes na utilização da língua e diferentes sotaques;
- Clareza da pronúncia;
- Ruído ambiental, interferências e distorções próprias dos serviços de intermediação imobiliária.

C2: Interpretar com precisão, mensagens e documentos complexos escritos numa língua estrangeira diferente do inglês, referentes ao contexto profissional dos serviços de intermediação imobiliária.

CA 2.1. Interpretar ao pormenor mensagens, instruções complexas e documentos recebidos ou utilizados numa língua estrangeira diferente do inglês e reconhecer o significado implícito, o estilo e o propósito, em situações profissionais devidamente simuladas, tais como:

- Consulta de manuais de aplicação informática;
- Consulta de regulamentos;
- Leitura de mensagens, cartas, faxes ou correios eletrónicos;
- Informação sobre produtos, serviços e preços;
- Leitura de contratos ou outros;
- Consulta de manuais de maquinaria, equipamento ou utensílios da atividade imobiliária;
- Informação sobre imóveis/propriedades.

CA 2.2. Interpretar mensagens escritas numa língua estrangeira diferente do inglês, em situações profissionais simuladas em condições que afetam a comunicação.

C3: Produzir mensagens orais complexas numa língua estrangeira diferente do inglês, com rapidez, no contexto profissional dos serviços de intermediação imobiliária.

CA 3.1. Expressar oralmente numa língua estrangeira diferente do inglês, pronunciando com clareza, rapidez e sem esforço, mensagens complexas e bem estruturadas, com um vocabulário amplo, em situações profissionais simuladas, tais como:

- Solicitação de informação acerca do cliente/proprietário objeto de prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Programação, promoção e comunicação de atividades imobiliárias;
- Criação e dinamização de equipa comercial;
- Interpretação das características dos imóveis/propriedade de interesse;
- Acompanhamento e assistência ao cliente/proprietário;
- Informação ao cliente/proprietário de qualquer aspeto relevante necessário para a prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Oferta de venda/arrendamento de serviços de intermediação imobiliária;
- Resolução de sugestões e reclamações;

CA 3.2. Expressar oralmente numa língua estrangeira diferente do inglês mensagens complexas e longas, adequando o tipo de mensagem e o registo, em situações profissionais simuladas em condições que podem afetar a comunicação, tais como:

- Comunicação formal ou informal;
- Costumes no uso da língua;
- Número e características dos clientes;
- Ruído ambiental ou interferências frequentes nas atividades de intermediação imobiliária: transportes, zona/área, itinerários, entre outros;

C4: Redigir numa língua estrangeira diferente do inglês documentos complexos, lexical e ortograficamente corretos, utilizando um vocabulário amplo, referentes ao contexto profissional dos serviços de intermediação imobiliária.

CA 4.1. Redigir numa língua estrangeira diferente do inglês mensagens escritas complexas, ajustadas a critérios de correção gramatical e ortográfica, no estilo apropriado e que utilizam um vocabulário amplo, em situações profissionais simuladas, tais como:

- Promoção de uma atividade imobiliária;
- Informação de interesse para o cliente, tais como horários, datas e avisos;
- Informação imobiliária em geral;
- Avisos para clientes/proprietários;
- Reservas e venda ou arrendamento de imóveis/propriedades;
- Atenção por escrito às solicitações de informação por parte de clientes/proprietários ou profissionais do sector;
- Solicitação por escrito de informação a clientes, proprietários e profissionais do sector;
- Gestão de reservas e confirmação de serviços por escrito;
- Resolução de sugestões e reclamações por escrito;
- Formalização de documentos de controlo, contratos ou bónus;
- Elaboração de relatórios.

CA 4.2. Redigir numa língua estrangeira diferente do inglês mensagens e instruções escritas, ajustadas a critérios de correção gramatical e ortográfica adequando a mensagem, suporte e o meio a situações profissionais simuladas em condições que podem afetar a comunicação, tais como:

- Comunicação formal ou informal;
- Costumes no uso da língua;
- Características dos receptores/interlocutores da mensagem.

C5: Comunicar oralmente com um ou vários interlocutores numa língua estrangeira diferente do inglês, expressando e interpretando mensagens complexas com fluidez e em diferentes situações, formais e informais, próprias da atividade de intermediação imobiliária.

CA 5.1. Interagir com um ou vários interlocutores numa língua estrangeira diferente do inglês, de uma forma espontânea e flexível, em situações profissionais simuladas, tais como:

- Solicitação de informação acerca do cliente/proprietário objeto de prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Programação, promoção e comunicação de atividades imobiliárias;
- Criação e dinamização de equipa comercial;
- Interpretação das características dos imóveis/propriedade de interesse;
- Acompanhamento e assistência ao cliente/proprietário;
- Informação ao cliente/proprietário de qualquer aspeto relevante necessário para a prestação do serviço de intermediação imobiliária;
- Oferta de venda/arrendamento de produtos e serviços de intermediação imobiliária;
- Resolução de sugestões e reclamações;
- Receção e despedida de clientes.
- Celebração, alteração e cancelamento de compromissos.
- Apresentação de produtos e argumentação de venda.
- Negociação, acordo e fecho de venda/arrendamento

CA 5.2. Resolver situações de interação numa língua estrangeira diferente do inglês em condições que afetam a comunicação, tais como:

- Comunicação formal ou informal;
- Costumes no uso da língua;
- Número e características dos clientes/proprietários;
- Diferentes sotaques;
- Ruído ambiental ou interferências frequentes nas atividades de intermediação imobiliária: transportes, zona/área, itinerários, entre outros;

Outras capacidades

- Demonstrar cordialidade, amabilidade e atitude conciliadora e sensível aos outros;
- Tratar o cliente com respeito, cortesia e discrição;
- Mostrar interesse e preocupação no atendimento satisfatório das necessidades dos clientes;
- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos, respeitando os canais estabelecidos pela organização;
- Transmitir informações de forma clara, ordenada, estruturada e precisa às pessoas certas;
- Atitude proactiva, amabilidade e clareza no tratamento com os utentes e clientes;
- Capacidade de observação;
- Cortesia e amabilidade;
- Empatia e escolha ativa;
- Integridade, honestidade, confidencialidade e responsabilidade no manuseamento da informação;
- Preocupação pela satisfação dos clientes e pelos detalhes;
- Valorização de uso correto da linguagem;
- Valorização do rigor e precisão nas informações fornecidas.

Conteúdos

1. Informação e atendimento ao cliente/proprietário e outros interlocutores das atividades administrativas de intermediação imobiliária numa língua estrangeira diferente do inglês.

- 1.1. Procura de informação sobre os produtos e serviços imobiliários;
- 1.2. Informação e aconselhamento aos clientes;
- 1.3. Usos e estruturas habituais no atendimento aos clientes e as vistas aos imóveis;
 - 1.3.1. Formas de recepção/saudação;
 - 1.3.2. Apresentações;
 - 1.3.3. Formas de protocolo e cortesia habituais.
- 1.4. Distinção de estilos, formal e informal, na comunicação oral e escrita com clientes;
- 1.5. Tratamento de reclamações ou queixas dos clientes;
- 1.6. Simulação de situações de atendimento ao cliente e resolução de reclamações com fluidez e naturalidade.

2. Comunicação comercial e administrativa escrita numa língua estrangeira diferente do inglês.

- 2.1. Estrutura e terminologia habitual da documentação administrativa e comercial;
- 2.2. Preenchimento dos documentos comerciais e administrativos;
- 2.3. Elaboração de correspondência administrativa e comercial;
- 2.4. Estrutura e formas comuns na preparação dos documentos para comunicação interna;
- 2.5. Elaboração e apresentação de relatórios;
- 2.6. Abreviaturas e usos habituais na comunicação administrativa e comercial escrita em diferentes meios de comunicação: Internet, fax, e-mail, carta ou outras semelhantes.

3. Desenvolvimento de tarefas administrativas de intermediação imobiliária numa língua estrangeira diferente do inglês.

- 3.1. Concerto, adiamento e cancelamento de compromissos de forma escrita e oral;
- 3.2. Convenções e padrões de cortesia, utilizados na comunicação telefónica ou telemática;
- 3.3. Elaboração e interpretação de textos e documentos simples em diferentes suportes;
- 3.4. Redação e tradução de relatórios extensos: *dossiers*, atas, memórias ou resumos;
- 3.5. Anotações dos discursos profissionais não extensos e não complexos;
- 3.6. Elaboração de correspondência eletrónica

4. Comercialização de produtos e serviços imobiliários numa língua estrangeira diferente do inglês.

- 4.1. Características de produtos ou serviços, condições de pagamento e serviços pós-venda, entre outros.
- 4.2. Formas de expressão e comparação das condições de venda: instruções de utilização, preços, descontos, acréscimos, entre outros.
- 4.3. Formas de tratamento das objeções dos clientes/proprietários.
- 4.4. Negociação com os proprietários e intermediários do sector.
- 4.5. Gestão da informação sobre clientes/proprietários, intermediários e preços.

5. Apresentações comerciais numa língua estrangeira diferente do inglês.

- 5.1. Elaboração de guiões numa língua estrangeira diferente do inglês para a apresentação de produtos e serviços imobiliários.
- 5.2. Estruturas linguísticas e vocabulário relacionados com a apresentação de produtos e as necessidades de clientes.
- 5.3. Simulação de apresentação oral numa língua estrangeira diferente do inglês.

6. Gestão de operações de transação imobiliária numa língua estrangeira diferente do inglês

- 6.1. Terminologia das operações de transação imobiliária.
- 6.2. Estabelecimento de condições das transações.

- 6.3. Preenchimento da documentação de transação imobiliária.
- 6.4. Simulação de gestão operacional da transação imobiliária.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; I Série).

Professor(a) / Formador(a):

1. Domínio de conhecimentos e técnicas relacionadas com técnicas de comunicação numa língua estrangeira diferente do inglês, que é credenciada por uma das seguintes formas:
 - a. Formação académica de nível superior relacionadas com este campo profissional;
 - b. Experiência profissional mínima de 3 anos no campo das competências relacionadas com este módulo formativo.
2. Competência pedagógica acreditada de acordo com o estabelecido pelas entidades competentes.

Requisitos de acesso ao módulo formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF6: APLICATIVOS INFORMÁTICOS DE ESCRITÓRIO

Código: MF199_3

Nível: 3

Duração: 130 Horas

Associado à UC199_3: Manusear aplicativos informáticos de escritório.

Este MF está subdividido nas seguintes Unidades Formativas:

	Código
■ UNIDADE FORMATIVA 1: FERRAMENTAS INFORMÁTICAS BÁSICAS DE COMUNICAÇÃO E PESQUISA DE INFORMAÇÃO	UF313
■ UNIDADE FORMATIVA 2: APLICATIVOS INFORMÁTICOS DE PROCESSAMENTO DE TEXTOS	UF314
■ UNIDADE FORMATIVA 3: APLICATIVOS INFORMÁTICOS DE FOLHA DE CÁLCULO	UF315
■ UNIDADE FORMATIVA 4: APLICATIVOS INFORMÁTICOS DE BASE DE DADOS	UF316
■ UNIDADE FORMATIVA 5: APLICATIVOS INFORMÁTICOS PARA APRESENTAÇÕES GRÁFICAS DE INFORMAÇÃO	UF317

UNIDADE FORMATIVA 1: UF313 – Ferramentas informáticas básicas de comunicação e pesquisa de informação (20 HORAS)

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Comprovar o funcionamento do equipamento informático disponível garantindo sua operacionalidade.

- CA 1.1. Comprovar o funcionamento básico do equipamento informático e o cumprimento das normas de segurança e confidencialidade eletrônicos.
- CA 1.2. Comprovar as conexões de rede e os acessos aos ficheiros partilhados e sítios *web* necessários, confirmando sua disponibilidade ao iniciar o sistema operacional.
- CA 1.3. Ligar e desligar o computador e os periféricos de uso frequente.
- CA 1.4. Detetar e resolver o funcionamento incorreto dos equipamentos ou aplicativos informáticos no nível de utilizador, recorrendo caso necessário, aos manuais de apoio ou aos responsáveis técnicos.

C2: Manusear no nível de utilizador as funções do sistema operacional, relativas ao trabalho com ficheiros eletrónicos.

- CA 2.1. Diferenciar componentes, *hardware* e *software*, num sistema informático.
- CA 2.2. Identificar o *hardware* do computador, apontando as funções básicas.
- CA 2.3. Distinguir o *software* do sistema e da aplicação.
- CA 2.4. Usar os aplicativos essenciais fornecidos pelo sistema operacional, configurando as opções básicas do ambiente de trabalho.
- CA 2.5. Distinguir os periféricos de entrada e saída.
- CA 2.6. Dominar as operações básicas dos aplicativos de escritório.
- CA 2.7. Instalar os complementos e utilidades necessários para o funcionamento dos aplicativos não contidos no padrão de instalação do sistema informático, usando os assistentes disponíveis e seguindo as regras dos responsáveis técnicos.
- CA 2.8. Identificar as ferramentas do sistema operacional que fornecem segurança e confidencialidade à informação, identificando os programas necessários programas de *firewall* e *antivírus*.

CA 2.9. Utilizar os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração em caso de dúvidas ou problemas na utilização dos aplicativos.

C3: Obter, recuperar e organizar informação dentro de um sistema e na rede Internet e Intranet, de modo preciso e eficiente.

CA 3.1. Identificar e priorizar as fontes de informação em função da fiabilidade e facilidade de acesso.

CA 3.2. Identificar os tipos de pesquisa disponíveis, valorizando suas vantagens e desvantagens.

CA 3.3. Pesquisar informações com critérios precisos, na Internet ou em redes de arquivos.

CA 3.4. Utilizar eficazmente critérios de pesquisa na Internet para restringir o número de resultados obtidos, elegendo as fontes mais fiáveis.

CA 3.5. Obter informação de Internet e outras fontes, com agilidade, utilizando diferentes ferramentas de pesquisa.

CA 3.6. Limpar e homogeneizar os resultados das pesquisas, corrigindo os erros.

CA 3.7. Arquivar os dados obtidos, criando os documentos intermédios que permitam sua posterior utilização, nomeando e renomeando arquivos ou pastas e estabelecendo acessos diretos, se necessário.

CA 3.8. Identificar os riscos e níveis de segurança de um *browser* de Internet, descrevendo suas características.

CA 3.9. Respeitar as normas de segurança e privacidade no acesso e pesquisa da informação disponível na rede.

CA 3.10. Identificar os aspetos básicos dos regulamentos sobre direitos de autor que afetam a utilização de conteúdo na Internet.

CA 3.11. Num caso prático de pesquisa de informação necessária:

- Identificar e localizar as fontes de informação, Intranet ou Internet, apropriadas para o tipo de informações necessárias;
- Pesquisar a informação, aplicando os critérios de restrição apropriados;
- Obter e recuperar informações;
- Identificar, se necessário, os direitos de autor da informação obtida;
- Registrar e salvar as informações, usando os formatos e localizações adequados ao posterior uso da informação;
- Organizar as fontes de informação na Internet, para uma rápida localização e reutilização posterior.

C4: Usar o e-mail e outros aplicativos de comunicação na rede, de modo eficiente, garantindo a segurança, integridade e confidencialidade das informações transmitidas.

CA 4.1. Identificar os benefícios, procedimentos e assistentes dos aplicativos de correio eletrónico e outras utilidades de comunicação.

CA 4.2. Explicar a importância de respeitar as regras de segurança e proteção de dados na gestão das comunicações eletrónicas.

CA 4.3. Organizar e manter atualizados os contatos do e-mail e agenda eletrónica.

CA 4.4. Identificar as regras de etiqueta geralmente aceites nas comunicações de Internet.

CA 4.5. Num caso prático de gestão de e-mail ou outras comunicações:

- Registrar as informações de entrada e saída;
- Utilizar os benefícios das diferentes opções de pasta;
- Arquivar a correspondência segundo critérios de classificação recebida;
- Aplicar as funções para mover, copiar ou tirar informações que garantam a segurança, a integridade e a confidencialidade dos dados.

Conteúdos

1. Funcionamento básico dos equipamentos de informática

- 1.1. Componentes de um equipamento de computação: *Hardware*, *software*, periféricos e consumíveis;
- 1.2. Uso básico dos sistemas operacionais habituais:
 - 1.2.1 Sistema operacional;
 - 1.2.2 Interface;
 - 1.2.3 Pastas, diretórios, arquivos;
 - 1.2.4 Ferramentas e aplicativos do sistema operacional;
 - 1.2.5 Elementos da configuração do sistema operacional;
 - 1.2.6 Utilização de contas de usuário;
 - 1.2.7 Realização de *Backup*;
- 1.3. Operações básicas num ambiente de rede;
- 1.4. Uso dos assistentes na atualização dos aplicativos de escritório.

2. Internet e as pesquisas de informação

- 2.1. A Internet: conceito, surgimento e evolução;
- 2.2. Terminologias;
- 2.3. Acesso à Internet;
- 2.4. Uso de Internet dentro das empresas;
- 2.5. Segurança e ética no uso da Internet;
- 2.6. Uso de browsers: características, utilidades, organização das páginas de Internet;
- 2.7. Técnicas e ferramentas de pesquisa e recuperação de informação na Internet;
- 2.8. Gestão de arquivos e de segurança em Internet e intranet;
- 2.9. Importação de informações;
- 2.10. Compactação e descompactação de arquivos;
- 2.11. Direitos de autor.

3. Uso e configuração de e-mail e ferramentas de comunicação

- 3.1. Termos e definições;
- 3.2. Funcionamento;
- 3.3. Gestão de correio eletrónico;
- 3.4. Etiqueta nas comunicações eletrónicas;
- 3.5. *Webmail* e aplicativos de e-mail;
- 3.6. Outras ferramentas de comunicação eletrónica.

UNIDADE FORMATIVA 2: UF314 – Aplicativos informáticos de processamento de textos (20 HORAS)

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Produzir textos alfanuméricos num teclado estendido, aplicando as técnicas mecanográficas com domínio e precisão.

- CA 1.1. Organizar os elementos e espaços de trabalho.
- CA 1.2. Manter a posição correta do corpo no teclado (posição dos braços, pulsos e mãos), para atingir uma maior velocidade de escrita e evitar riscos ergonômicos de postura inadequada.
- CA 1.3. Identificar a posição dos dedos nas fileiras do teclado alfanumérico.
- CA 1.4. Usar o método de escrita ao tato, em texto de dificuldade progressiva e tabelas.
- CA 1.5. Atingir os requisitos necessários de velocidade (mínimo de 200 PPM) de escrita e precisão (máximo um erro por minuto).
- CA 1.6. Aplicar as regras para a apresentação de diferentes tipos de documentos.
- CA 1.7. Localizar e corrigir erros de digitação.

C2: Identificar as funcionalidades, procedimentos e assistentes dos aplicativos de processamento de textos, descrevendo suas características.

- CA 2.1. Identificar a estrutura, funções e assistentes de um processador de textos.
- CA 2.2. Discernir o tipo de informações que devem ser tratadas com um aplicativo de processamento de textos.
- CA 2.3. Configurar por meio do assistente, caso necessário, o ambiente de trabalho no aplicativo de modo adequado às tarefas a realizar.
- CA 2.4. Instalar complementos ou utilitários não incluídos na instalação básica do aplicativo de processamento de textos.
- CA 2.5. Utilizar os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração em caso de dúvidas ou problemas na utilização do aplicativo.
- CA 2.6. Identificar as funções que garantem os padrões de segurança, a integridade e a confidencialidade dos dados.

C3: Produzir documentos administrativos manuseando aplicativos informáticos de processamento de textos, permitindo recolher, organizar e processar informações, respeitando as normas ortográficas, visuais e organizacionais.

- CA 3.1. Caracterizar os diferentes tipos de documentos administrativos, bem como as funções do processador de texto para sua preparação.
- CA 3.2. Redigir documentos a partir da informação disponibilizada, seja manuscrita, gravação de voz ou outros suportes com correção gramatical, aplicando as regras de estrutura.
- CA 3.3. Arquivar documentos administrativos num formato adequado, de acordo com critérios de arquivo e com o tipo de documento.
- CA 3.4. Criar um formato de texto para documentos de uso frequente, utilizando o processador de texto.
- CA 3.5. Identificar falhas, omissões e erros nos dados introduzidos nos documentos com ajuda dos assistentes da aplicação de escritório e, caso necessário, corrigi-los.
- CA 3.6. Inserir, caso necessário, elementos que permitem uma melhor organização e compreensão dos documentos, cabeçalhos, rodapés, numeração, índice automático, bibliografia e outros.
- CA 3.7. Integrar nos textos: objetos, gráficos, tabelas, planilhas, *hiperlinks* entre outros.
- CA 3.8. Inserir textos e dados obtidos de diversas fontes citando-as, caso necessário, e respeitando os direitos de autor.
- CA 3.9. Reutilizar ou eliminar a informação contida nos documentos de trabalho, respeitando as normas de segurança e confidencialidade.

CA 3.10. Confrontar o documento eletrônico com o documento impresso, fazendo a correção necessária e garantir a qualidade do mesmo.

CA 3.11. Num caso prático no que se refere a diferentes tipos de documentos e informações:

- Criar, nomear ou renomear os diferentes arquivos ou pastas;
- Criar os estilos de formatação adequados e aplica-los ao documento;
- Redigir o documento com os dados fornecidos e outras fontes de informação adequadas, guardando-as adequadamente;
- Integrar objetos no texto;
- Formatar textos introduzindo, cabeçalho, índice, rodapés, numeração, paginação, entre outros;
- Localizar e corrigir possíveis erros;
- Aplicar as normas de segurança e confidencialidade da documentação.

Conteúdos

1. Edição de texto alfanumérico no teclado estendido.

- 1.1. Componentes de um computador;
- 1.2. Postura corporal;
- 1.3. Colocação dos dedos;
- 1.4. Desenvolvimento de habilidades de digitação:
 - 1.4.1. Escrita de palavras simples;
 - 1.4.2. Escrita de palavras de dificuldade crescente;
 - 1.4.3. Maiúsculas e minúsculas, paginação e pontuação;
 - 1.4.4. Cabeçalhos e rodapés;
 - 1.4.5. Marcas e numeração;
 - 1.4.6. Inserção de componentes;
 - 1.4.7. Cópia de textos com velocidade controlada.
- 1.5. Correção de erros.

2. Introdução à apresentação de documentos.

- 2.1. Tipos de documentos: formatos e utilidades;
- 2.2. Aplicação de técnicas para a apresentação de documentos;
- 2.3. Fontes de informação: normas de citação e regras para referências bibliográficas;
- 2.4. Objetivos que são obtidos com certas estruturas, formatos, fontes, cores e outros.

3. Conceitos gerais e características básicas do processador de texto.

- 3.1. Estrutura, funções e assistentes de um processador de texto e dos aplicativos de edição;
- 3.2. Gestão de pastas e arquivos;
- 3.3. Inicialização do aplicativo;
- 3.4. Configuração do aplicativo;
- 3.5. Descrição do ambiente de trabalho do aplicativo;
- 3.6. Opções de visualização;
- 3.7. Uso de manuais de apoio dos aplicativos;
- 3.8. Guardar documentos;
- 3.9. Procedimentos de proteção de dados;
- 3.10. Cópias de segurança.

4. Elaboração de documentos e modelos usando processadores de texto

- 4.1. Tipos e formatos de documentos, formulário e outros;
- 4.2. Edição de textos, tabelas e colunas;

- 4.3. Inserção e tratamento básico de imagens e outros objetos do próprio aplicativo ou de outros;
- 4.4. Correção de documentos;
- 4.5. Uso de ferramentas de pesquisa ortográfica e gramatical;
- 4.6. Combinação de documentos entre si e com bases de dados ou outras fontes de dados;
- 4.7. Aplicação de normas para a apresentação de documentos: estilos, cor, tipo de letra;
- 4.8. Configuração de documentos para impressão;
- 4.9. Inter-relações com outros aplicativos.

UNIDADE FORMATIVA 3: UF315 – Aplicativos informáticos de folha de cálculo (30 HORAS)

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Identificar as funcionalidades, procedimentos e ferramentas da folha de cálculo descrevendo suas características.

- CA 1.1. Identificar a estrutura, funções e assistentes de uma folha de cálculo.
- CA 1.2. Explicar as características das informações que devem ser tratadas com um aplicativo de folha de cálculo.
- CA 1.3. Utilizar os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração em caso de dúvidas ou problemas na utilização do aplicativo.
- CA 1.4. Identificar as funções que garantem os padrões de segurança, a integridade e a confidencialidade dos dados.

C2: Manusear aplicativos informáticos de folha de cálculo com habilidade e precisão, garantindo a automatização de cálculos, criação e configuração de gráficos, tabelas e demais operações de gestão de informação numérica, a fim de produzir os documentos necessários com fiabilidade e qualidade.

- CA 2.1. Configurar por meio do assistente, caso necessário, o ambiente de trabalho no aplicativo de modo adequado às tarefas a realizar.
- CA 2.2. Criar os livros das folhas de cálculo relacionando as diferentes partes das folhas, caso necessário, e arquivando-as no lugar requerido de acordo com as normas de arquivo da organização e o tipo de documento.
- CA 2.3. Usar títulos representativos, cabeçalhos, rodapés e outros aspetos das configurações do documento nas folhas de cálculo de acordo com o documento a apresentar.
- CA 2.4. Aplicar o formato dos dados e das células de acordo com o tipo de informação contida, facilitando o seu tratamento posterior.
- CA 2.5. Utilizar as fórmulas e funções básicas ou de uso frequente nas folhas de cálculo com precisão, comprovando os resultados obtidos.
- CA 2.6. Filtrar dados a partir de tabelas elaboradas.
- CA 2.7. Estabelecer as palavras-passe para as células, as folhas e os livros que o requerem para o adequado controlo de acesso.
- CA 2.8. Elaborar gráficos necessários de forma exata, rápida e clara através do assistente ou manualmente, estabelecendo os intervalos de dados precisos, aplicando o formato e títulos representativos e determinando a colocação adequada ao tipo de informação requerida.
- CA 2.9. Estabelecer a configuração das páginas e da área de impressão através das utilidades do aplicativo, com a qualidade, modo de apresentação da informação e número de cópias necessárias.
- CA 2.10. Importar e/ou exportar dados de outros aplicativos de apresentação, banco de dados e processamento de textos.
- CA 2.11. Realizar a transferência, cópia ou eliminação dos documentos de folha de cálculo supervisionando seu conteúdo e aplicando as normas de segurança e confidencialidade da informação.

Conteúdos

1. Conceitos gerais e características básicas dos aplicativos de folha de cálculo.

- 1.1. Estrutura, funções e assistentes da folha de cálculo;
- 1.2. Inicialização do aplicativo;
- 1.3. Configuração do aplicativo;
- 1.4. Descrição do ambiente de trabalho do aplicativo;
- 1.5. Opções de visualização (zoom, visualização, imobilização das áreas de cálculo de folha, etc.);
- 1.6. Estrutura, funções e assistentes de uma folha de cálculo;

- 1.7. Uso de manuais de apoio dos aplicativos;
- 1.8. Procedimentos de proteção de dados: Cópias de segurança.

2. Elaboração de documentos e formulários utilizando folhas de cálculo.

- 2.1. Deslocamento pela folha de cálculo;
- 2.2. Introdução de dados na folha de cálculo;
- 2.3. Edição e modificação da folha de cálculo;
- 2.4. Armazenamento e recuperação de um livro;
- 2.5. Operações com intervalos;
- 2.6. Modificação da aparência de uma folha de cálculo;
- 2.7. Uso de fórmulas e funções;
- 2.8. Inclusão de gráficos para representar as informações em folha de cálculo;
- 2.9. Inclusão de outros elementos dentro de uma folha de cálculo;
- 2.10. Trabalho com dados;
- 2.11. Uso das ferramentas para revisão e trabalho com pastas partilhadas;
- 2.12. Importação de informação de outros aplicativos;
- 2.13. Criação de tabelas e gráficos dinâmicos;
- 2.14. Uso de opções de trabalho em grupo, controlo de versões e verificação de mudanças, entre outros;
- 2.15. Preparação de vários tipos de documentos (faturas, orçamentos ou inventários, entre outros);
- 2.16. Configuração de documentos para impressão.

UNIDADE FORMATIVA 4: UF316 – Aplicativos informáticos de base de dados (40 HORAS)

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Identificar as características, funcionalidades, procedimentos e ferramentas dos aplicativos de gestão de bases de dados.

- CA 1.1. Identificar as funções de um aplicativo de gestão de bases de dados.
- CA 1.2. Explicar as funções dos assistentes disponíveis no aplicativo.
- CA 1.3. Discernir as características das informações que devem ser tratadas com um aplicativo de gestão de base de dados.
- CA 1.4. Descrever a importância do manuseio adequado da opção de relatórios das bases de dados e sua capacidade de adaptação à um leque muito amplo de necessidades das organizações.
- CA 1.5. Utilizar os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração em caso de dúvidas ou problemas na utilização do aplicativo.
- CA 1.6. Identificar as funções que garantem os padrões de segurança, integridade e confidencialidade dos dados.

C2: Operar bases de dados com o objetivo de obter e registrar informação, mantendo sempre a integridade, segurança e confidencialidade dos dados.

- CA 2.1. Configurar através do assistente, caso necessário, o ambiente de trabalho no aplicativo de modo adequado às atribuições.
- CA 2.2. Obter os dados necessários para a realização das atribuições das bases de dados disponíveis, conforme as normas de segurança e confidencialidade aplicáveis.
- CA 2.3. Apresentar os dados contidos nas bases de dados com o formato, ordem e distribuição mais conveniente, utilizando títulos representativos em função do objetivo do documento e filtrando-os de acordo com as necessidades e instruções recebidas.
- CA 2.4. Inserir dados em bases de dados conforme as normas de integridade e segurança.
- CA 2.5. Identificar e explicar as diferentes opções de uma base de dados relacional para a criação, desenho, visualização e modificação de tabelas.
- CA 2.6. Descrever os conceitos de campo e de registo, bem como sua funcionalidade nas tabelas de base de dados.
- CA 2.7. Diferenciar os diferentes tipos de dados que podem ser armazenados numa tabela de uma base de dados.
- CA 2.8. Diferenciar os tipos de relacionamentos que se podem apresentar entre duas tabelas: um para um, um para vários.
- CA 2.9. Identificar e criar diferentes tipos de consultas usando os distintos métodos que oferecem os aplicativos.
- CA 2.10. Executar consultas a fim de obter os resultados necessários e em condições de segurança, evitando possíveis perdas de dados.
- CA 2.11. Diferenciar os tipos de formatos dos formulários de acordo com seu uso.
- CA 2.12. Identificar e criar diferentes tipos de formulários por meio de funções de introdução e alteração de dados e imagens, usando os distintos métodos que oferecem os aplicativos.
- CA 2.13. Ordenar e filtrar dados numa base de dados a partir de uma tabela elaborada numa folha de cálculo.
- CA 2.14. Preparar envelopes e etiquetas a partir de tabelas das bases de dados.
- CA 2.15. Elaborar relatórios usando diferentes métodos de acordo com a classificação e agrupamento de dados assim como sua distribuição.

Conteúdos

1. Introdução e conceitos gerais do aplicativo de base de dados.

- 1.1. Conceito de uma base de dados;

- 1.2. Aplicações de gestão de bases de dados;
- 1.3. Elementos básicos da base de dados relacional:
 - 1.3.1. Tabelas: Campos (colunas) e Registos (Linhas);
 - 1.3.2. Tipos de dados;
 - 1.3.3. Relações entre tabelas;
 - 1.3.4. Restrições de integridade e consistência de dados;
- 1.4. Inicialização e finalização do aplicativo de base de dados;
- 1.5. Gestão de pastas e arquivos: Criação, gravação, fecho e abertura de uma base de dados;
- 1.6. Configuração do aplicativo;
- 1.7. Descrição do ecrã do aplicativo;
- 1.8. Opções de visualização;
- 1.9. Uso de manuais de apoio dos aplicativos;
- 1.10. Recuperação e manutenção de ferramentas de base de dados;
- 1.11. Procedimentos de proteção de dados: Cópias de segurança.

2. Uso de base de dados.

- 2.1. Criação e inserção de dados em tabelas;
- 2.2. Edição da base de dados;
- 2.3. Alterações na estrutura das tabelas e criação de relacionamentos;
- 2.4. Criação de consultas;
- 2.5. Conceção de formulários;
- 2.6. Elaboração de relatórios;
- 2.7. Pesquisa e filtragem de informações;
- 2.8. *Design* e criação de macros.

UNIDADE FORMATIVA 5: UF317 – Aplicativos informáticos para apresentações gráficas de informação (20 HORAS)

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Identificar as funcionalidades, procedimentos e assistentes dos aplicativos de apresentações gráficas descrevendo suas características.

- CA 1.1. Identificar a estrutura, funções e assistentes de um aplicativo de apresentação gráfica.
- CA 1.2. Identificar o tipo de informações que devem ser tratadas com um aplicativo de apresentação gráfica.
- CA 1.3. Utilizar os manuais de apoio, sistemas de consulta *on-line* ou ferramentas de colaboração, em caso de dúvidas ou problemas na utilização do aplicativo.
- CA 1.4. Identificar as funções que garantem os padrões de segurança, a integridade e confidencialidade dos dados.

C2: Desenhar apresentações adaptadas às diferentes organizações e objetivos de comunicação.

- CA 2.1. Explicar a importância das apresentações para a imagem que transmite uma entidade e para abranger os objetivos da comunicação.
- CA 2.2. Selecionar e obter informações, imagens e dados necessários para a concepção da apresentação, respeitando as normas de propriedade intelectual.
- CA 2.3. Identificar as regras de uso e copyright dos bancos de imagens *on-line*.
- CA 2.4. Descrever as regras básicas de composição, cor e tipografia fundamental que deve cumprir uma apresentação.
- CA 2.5. Advertir a importância que tem a verificação dos resultados e a retificação de erros com antecedência e disponibilizar as apresentações a pessoas ou entidades destinatárias, bem como o respeito dos prazos e a forma estabelecida de entrega.
- CA 2.6. Numa prática simulada que exige o desenvolvimento de uma apresentação a partir de certa informação e documentação, um público-alvo, manual de estilo e identidade corporativa:
 - Selecionar o formato mais adequado para cada tipo de informação;
 - Selecionar as fontes tipográficas mais adequadas, avaliando sua legibilidade;
 - Fazer a sua composição, respeitando os princípios da harmonia, proporção, equilíbrio e simetria, entre outros;
 - Escolher a forma de apresentação mais adequada a cada caso (no monitor, em rede, *slides*, animada com computador e sistema de projeção, papel, ou outro media).

C3: Manusear aplicativos informáticos de criação de apresentações gráficas para partilha de informação e comunicação, de acordo com diferentes normas e padrões de imagem corporativa.

- CA 3.1. Configurar por meio do assistente, caso necessário, o ambiente de trabalho no aplicativo de modo adequado às tarefas assinaladas.
- CA 3.2. Elaborar apresentações de apoio às exposições de um orador com habilidade de acordo com as instruções recebidas, respeitando as normas de estilo da organização.
- CA 3.3. Inserir objetos necessários nas apresentações: tabelas, gráficos, folhas de cálculo, fotografias, desenhos, organogramas, arquivos de som e vídeo ou outros, na posição mais apropriada ao tipo e objetivo da apresentação.
- CA 3.4. Animar objetos inseridos nas apresentações, caso necessário, com eficácia atendendo ao objetivo da apresentação.
- CA 3.5. Programar a aparência de itens nos *slides* de acordo com o tempo atribuído a cada uma delas, usando os assistentes disponíveis.
- CA 3.6. Verificar a informação objeto da apresentação, assim como a correção das transições e das animações utilizadas, ensaiando e fazendo a correção de defeitos detetados de modo a garantir a sua qualidade.

- CA 3.7.** Arquivar apresentações com os formatos adequados e atribuindo nomes significativos que permitem sua rápida recuperação posterior, protegendo-as contra alterações indesejadas.
- CA 3.8.** Aplicar procedimentos de transferência, cópia ou eliminação de apresentações com rapidez e de forma rigorosa, supervisionando seu conteúdo e aplicando as normas de segurança e confidencialidade da informação.

Outras capacidades associadas ao módulo

- Capacidade de sistematização e organização;
- Precisão e rigor no tratamento e elaboração de informação;
- Confidencialidade e responsabilidade no tratamento de dados;
- Correção e clareza;
- Sentido estético;
- Segurança no tratamento da informação.

Conteúdos

1. Conceitos gerais e características dos aplicativos de apresentação gráfica.

- 1.1. Estrutura, funções e assistentes dos aplicativos da apresentação gráfica;
- 1.2. Gestão de pastas e arquivos:
 - 1.2.1. Criação;
 - 1.2.2. Gravação;
 - 1.2.3. Abertura e fecho de uma apresentação;
- 1.3. Inicialização do aplicativo;
- 1.4. Configuração do aplicativo;
- 1.5. Descrição do ecrã do aplicativo;
- 1.6. Opções de visualização;
- 1.7. Uso de manuais de apoio dos aplicativos;
- 1.8. Procedimentos de proteção de dados: Cópias de segurança.

2. Desenho de apresentações.

- 2.1. A importância das apresentações para a comunicação e a imagem corporativa da empresa;
- 2.2. Características da mensagem e do público-alvo;
- 2.3. Desenho de apresentações:
 - 2.3.1. Princípios gerais de *layout* e composição do ecrã;
 - 2.3.2. Distribuição de espaços em branco;
 - 2.3.3. Teoria de cores: significados de cada cor, contraste e harmonia;
 - 2.3.4. Teoria da composição: equilíbrio e simetria;
 - 2.3.5. Uso de modelos de temas já definidos;
 - 2.3.6. Manuseamento das fontes de informações e bancos de imagens;
 - 2.3.7. Técnicas para a modificação de imagens;
 - 2.3.8. Legislação relativa aos direitos de autor.

5. Uso de aplicações de apresentação gráfica.

- 3.1. Ações com *slides*;
- 3.2. Trabalho com objetos;
- 3.3. Trabalho com textos;
- 3.4. Tabelas;
- 3.5. Desenhos, imagens e gráficos;
- 3.6. Inclusão de áudio e vídeos;
- 3.7. Animação de elementos;
- 3.8. Documentação da apresentação;

- 3.9. Impressão de *slides*;
- 3.10. Projeção e exposição da apresentação.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; I Série).

O Professor / Formador deve:

- Possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- Ter a formação técnica relacionada com os conteúdos do Módulo Formativo.
- Ter experiência profissional comprovada nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º, 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MÓDULO FORMATIVO EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO		MT_AGE005
Nível: 4	Duração indicativa: 360 Horas	
Associado a todas as Unidades de Competência		

Capacidades (C) e critérios de avaliação (CA)

C1: Explicar a estrutura e organização da empresa, identificando a sua relação com as atividades de intermediação imobiliária e com o tipo de serviço prestado.

- CA 1.1. Reconhecer a estrutura organizacional da empresa e as funções de cada área.
- CA 1.2. Distinguir os elementos que constituem a cadeia logística da empresa: clientes, proprietários, interlocutores, entre outros.
- CA 1.3. Identificar os procedimentos de trabalho em cada área e as formas de prestação de serviço.

C2: Participar nas atividades da empresa, seguindo as normas e instruções estabelecidas e as legislações que regulam o sector.

- CA 2.1. Comportar-se com sentido de responsabilidade tanto nas relações humanas como nos trabalhos a realizar.
- CA 2.2. Respeitar os procedimentos e normas da instituição.
- CA 2.3. Realizar com diligência as tarefas segundo as instruções recebidas, tentando adequar - se ao ritmo do trabalho da empresa.
- CA 2.4. Integrar-se nos processos de prestação de serviço da instituição.
- CA 2.5. Utilizar os canais de comunicação estabelecidos.
- CA 2.6. Respeitar em todo o momento as medidas de prevenção de riscos, saúde laboral e proteção do meio ambiente de acordo com as normativas vigentes.

C3: Participar no planeamento e desenvolvimento de pesquisas de mercado, analisar e apresentar as informações obtidas.

- CA 3.1. Auxiliar na identificação das necessidades de informação da empresa, identificando fontes de informação internas e externas.
- CA 3.2. Obter informação secundária de fontes internas e externas, organizando os dados.
- CA 3.3. Analisar as informações obtidas e elaborar relatórios com os resultados, apresentando os dados.
- CA 3.4. Incorporar e organizar as informações obtidas numa base de dados, permitindo a sua recuperação e apresentação com rapidez e precisão.
- CA 3.5. Explicar atividades de prospeção, divulgação e promoção a ser feita pela equipa de vendas para alcançar certos objetivos de vendas.
- CA 3.6. Elaborar relatórios sobre clientes, serviços, produtos e preços do mercado.

C4: Colaborar na execução da gestão administrativa relativa às operações de imobiliários aplicando a legislação vigente.

- CA 4.1. Utilizar sistemas de recolha e processamento de informações e documentação relacionados com as operações imobiliárias.
- CA 4.2. Elaborar a documentação necessária para a gestão administrativa das operações de intermediação imobiliária.
- CA 4.3. Desenvolver documentação relacionada com transações imobiliárias utilizando aplicações informáticas específicas.
- CA 4.4. Processar e arquivar as informações geradas nas transações imobiliárias.

C5: Participar nas atividades de seleção, negociação e contacto com os proprietários.

CA 5.1. Aplicar técnicas adequadas de pesquisa e seleção dos proprietários, agentes e mediadores.

CA 5.2. Criar e organizar uma base de dados dos proprietários.

CA 5.3. Elaborar relatórios contendo o perfil dos proprietários utilizando aplicativos informáticos.

CA 5.4. Manter e atualizar regularmente a base de dados e os arquivos dos proprietários.

C6: Auxiliar na programação das vendas, identificando a tipologia de clientes, as suas necessidades e atitudes de compra, aplicando técnicas de negociação adequada para chegar a um acordo.

CA 6.1. Numa simulação de venda com um cliente:

- Identificar a tipologia do cliente e as suas necessidades de compra, levantando questões oportunas;
- Lidar com assertividade e contestar as objeções dos clientes por meio de argumentos e técnicas apropriadas, minimizando as hostilidades.

CA 6.2. Numa situação de atendimento ao cliente identificar os elementos da comunicação e analisar o comportamento do mesmo.

CA 6.3. Identificar as sugestões e reclamações mais frequentes apresentadas pelos clientes.

CA 6.4. Aplicar e definir as técnicas de resolução de conflitos mais utilizadas no departamento de atendimento ao cliente.

CA 6.5. Elaborar um arquivo do cliente com a informação a ser preenchida nas atividades diárias comerciais, incluindo, pelo menos: atividades realizadas, gestão comercial (ordens, recibos, visitas, quilometragem, custos, novos clientes, entre outros), utilizando aplicações informáticas apropriadas.

CA 6.6. Identificar intensas atitudes emocionais e crises que geralmente ocorrem no ambiente de trabalho de uma equipa, propor estratégias comerciais para capacitá-los ou trazê-los de volta.

C7: Comunicar oralmente com um ou vários interlocutores em inglês ou numa segunda língua estrangeira, expressando e interpretando com fluidez mensagens de complexidade média vinculadas às operações de intermediação imobiliária.

CA 7.1. Interagir com um ou vários interlocutores, em situações profissionais, tais como:

- Apresentação pessoal e da empresa;
- Negociação, acordo e fecho de compra/venda;
- Contratação de serviços;
- Atendimento a proprietário, intermediários e clientes;
- Tratamento de sugestões e reclamações;
- Procura de informação comercial;
- Informação e assistência sobre imóvel/propriedade e serviços;
- Informação sobre as características dos imóveis/propriedades;
- Reserva do imóvel, contratação de serviços e outros.

CA 7.2. Resolver situações de interação em inglês ou numa segunda língua estrangeira em diferentes condições que afetam a comunicação, tais como:

- Comunicação presencial ou telefónica.
- Número e características dos interlocutores.
- Clareza na pronúncia e diferentes sotaques.
- Ruído ambiental ou interferências frequentes.

Outras capacidades associadas ao Módulo

- Respeitar as regras e os procedimentos internos da empresa.
- Transmitir informações de forma ordenada, estruturada, clara e precisa.

- Comunicar de forma eficaz com as pessoas certas em todos os momentos.
- Assumir a responsabilidade pelo trabalho realizado e pelo cumprimento dos objetivos.
- Demonstrar interesse no amplo conhecimento da organização e de seus processos.
- Responsabilidade no trabalho de gestão que desenvolve e da implementação dos objetivos comerciais.
- Propor metas desafiadoras que envolvem um nível de desempenho e eficiência superior à alcançada anteriormente.
- Participar e colaborar ativamente no trabalho de equipa.
- Compartilhar informações com a equipa.
- Demonstrar cordialidade, amabilidade, e atitude conciliadora e sensível aos outros.
- Sugerir alternativas para melhorar os resultados.
- Demonstrar a criatividade no desenvolvimento do trabalho que se realiza.
- Demonstrar autonomia na resolução de contingências relacionadas com gestão de equipa de vendas.
- Agir rapidamente em situações de problemas e não apenas esperar.
- Demonstrar resistência ao stress, a estabilidade do clima e controlo de impulsos.
- Demonstrar flexibilidade para entender as mudanças.
- Adaptar-se a novas situações ou contextos que podem ocorrer na atividade comercial.
- Empregar tempo e esforço em ampliar o conhecimento e informação para uso no seu trabalho.
- Demonstrar responsabilidade com os sucessos, erros e fracassos.

Conteúdos

1. Identificação da organização e estrutura da empresa.

- 1.1. Atividade da empresa e sua relação com o sector imobiliário;
- 1.2. Organização e estrutura da empresa: Organograma. Relação funcional entre departamentos. Hierarquia na empresa;
- 1.3. Organização logística da empresa. Proprietários, clientes e outros envolvidos;
- 1.4. Procedimentos de empresa;
- 1.5. Sistema de qualidade;
- 1.6. Sistema de segurança.

2. Aplicação de ética e hábitos de trabalho.

- 2.1. Atitudes pessoais: empatia, pontualidade e outros;
- 2.2. Atitudes profissionais: ordem, higiene, responsabilidade e segurança;
- 2.3. Atitudes para a prevenção de riscos ocupacionais e ambientais;
- 2.4. Comunicação com a equipa;
- 2.5. Reconhecimento e execução das normas internas e instruções de trabalho;
- 2.6. Procedimentos de trabalho padrão e outros, da empresa.

3. Realização de pesquisa de mercado imobiliário.

- 3.1. Desenvolvimento de estudos comerciais no mercado;
- 3.2. Recolha de informação;
- 3.3. Identificação das fontes de informação;
- 3.4. Análise da informação;
- 3.5. Emissão de relatórios e apresentação dos resultados;
- 3.6. Gestão de base de dados: Realização de consultas; Atualização e manutenção.

4. Colaboração na gestão comercial e vendas nas operações de intermediação imobiliária.

- 4.1. Pesquisa e seleção de proprietários.
- 4.2. Preparação dos relatórios referentes à seleção de proprietários.
- 4.3. Elaboração de arquivos de clientes/proprietários. Manutenção e atualização de arquivos e base de dados.
- 4.4. Gestão comercial e vendas.
- 4.5. Elaboração de propostas aos clientes.
- 4.6. Análise comparativa de ofertas/procura.
- 4.7. Negociação dos termos e condições comerciais da compra/venda ou arrendamento.
- 4.8. Aplicação de técnicas de comunicação com clientes/proprietários.

5. Comunicação em inglês ou segunda língua estrangeira, em situações próprias da actividade de intermediação imobiliária.

- 5.1. Procura de informação variada
- 5.2. Comunicação comercial escrita
- 5.3. Informação e atendimento aos clientes/proprietários.
- 5.4. Gestão e negociação contratos
- 5.5. Apresentações comerciais
- 5.6. Gestão de operações de transação imobiliária.
- 5.7. Resolução de contingências, situações de emergência e deficiências produzidas.
- 5.8. Informação sobre a carteira de imóveis a comercializar.
- 5.9. Reserva, contratação de produtos e serviços.
- 5.10. Negociação, acordo e fecho de compra/ venda ou arrendamento.
- 5.11. Contratação de serviços de intermediação imobiliária,
- 5.12. Atendimento a clientes, proprietários e intermediários.

