

CURSO PROFISSIONAL TÉCNICO DE GESTÃO

Planificação anual de Gestão – 2025-2026

10º Ano

Turma: M

Professora: Helena Parreira

1 - Estrutura e Finalidades da disciplina

A disciplina de Gestão integra-se na Componente de Formação Técnica do Curso Profissional de Técnico de Gestão, com uma carga horária total de 466 horas, correspondentes a 622 tempos e encontra-se organizada em quinze módulos a desenvolver nos 10.º, 11.º e 12.º anos de escolaridade. No corrente ano letivo irão ser lecionados os módulos 1, 2, 3, 4, 6 e 7 correspondentes a 7 tempos semanais de 45 minutos, num total de 218 tempos, correspondente a 163 horas.

O estudo da disciplina de Gestão permite aos alunos a aquisição de conhecimentos e técnicas fundamentais, quer para entender a dimensão da realidade empresarial, quer para conhecer as boas práticas de gestão, utilizadas na linguagem corrente, em especial, no meio sócio empresarial. Reforça ainda um melhor conhecimento e compreensão das organizações empresariais, cada vez mais globalizadas e em constante mutação, contribuindo para a formação do cidadão, educando para a cidadania e para a mudança e desenvolvimento sócio profissional.

O estudo desta disciplina permite aos alunos compreender os factos de natureza técnica e empresarial, integrando-os no contexto das organizações contemporâneas; desenvolver o espírito crítico e a capacidade de resolver problemas; aplicar as técnicas de trabalho no domínio da pesquisa, investigação, do tratamento e apresentação da informação e a utilização das tecnologias disponíveis; bem como desenvolver a capacidade de trabalho individual e em grupo e fomentar a interiorização de valores de tolerância, solidariedade e cooperação.

2 - Planificação

Esta planificação foi elaborada com base nos documentos indicados, na legislação de suporte em vigor, como referenciais curriculares, esses documentos são:

- O Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória;
- A Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania;
- Os perfis profissionais/referenciais de competência.

O referencial de formação poderá ser consultado na formação Técnica do Curso Profissional Técnico de Gestão, do item programas no sítio da Agência Nacional para a Qualificação - www.anqep.gov.pt.

Em todos os conteúdos a terminologia foi atualizada e serão lecionados de acordo com os normativos legais em vigor.

A planificação seguinte foi aprovada pelo Grupo de Recrutamento 430 - Economia e Contabilidade em 24 de setembro de 2025.

| Períodos Tempos = Horas | Domínios de Aprendizagem | Horas / N.º de Tempos 163 h / 218 T |
|--|---|--|
| 1.º Período De 15/09 a 16/12 Previstos 87 tempos de 45 minutos = 65,25 horas | Módulo 1: Estrutura e Comunicação Organizacional 1. Organização 1.1. Conceito e tipos 2. Empresa 2.1. Conceito 2.2. Objetivos e papel na sociedade 2.3. Elementos constitutivos 2.4. Noções de qualidade 2.4.1. Gestão da qualidade 2.4.2. Certificação 2.4.3. Princípios da qualidade 2.4.4. Sistema de gestão da qualidade segundo a Norma NP EN ISO 9001: 2000 2.4.5. Segurança, Higiene e Saúde 2.4.6. Organização do posto de trabalho 2.4.7. Gestão do espaço e do tempo 3. Classificação da organização 3.1. Dimensão 3.2. Propriedade 3.3. Ramo de atividade 4. Estrutura organizacional 4.1. Conceito e tipos 4.2. Representação gráfica e análise 5. Comunicação organizacional 5.1. Conceito, tipos e intervenientes 5.2. Comunicação eficaz: regras e efeito 6. Funções 6.1. Produção 6.2. Comercial 6.3. Pessoal 6.4. Financeira 6.5. Planeamento estratégico Avaliação Formativa | 40 h (54 tempos) 54 T |
| | Avaliação Sumativa - classificativa do módulo 1 - correção e autoavaliação. | Tempos já incluídos nos 54 tempos totais do Módulo. |
| | Módulo 2: Gestão de Recursos Humanos | 24 h (32 tempos) |
| | 1. Organizações e comportamento organizacional 1.1. Comunicação 1.2. Motivação e satisfação 1.3. Liderança 1.4. Tomada de decisão 1.5. Grupos e equipas de trabalho 1.6. Conflitos e negociação 1.7. Cultura organizacional 1.8. Mudança organizacional 2. Função dos recursos humanos | 32 T |

| | | |
|---|--|---|
| | 2.1. Gestão administrativa do pessoal 2.2. Gestão do pessoal e dos custos 2.3. Formação e aperfeiçoamento profissional 2.4. Desenvolvimento social 2.5. Informação e comunicação 3. Recrutamento de pessoal 3.1. Conceito de recrutamento 3.2. Fontes de recrutamento 3.3. Processo de recrutamento 3.4. Canais de recrutamento 3.5. Processo de seleção 3.6. Conceito de seleção 3.7. Passos e processo de seleção 3.8. Avaliação e controlo de resultados 4. Regime jurídico do pessoal 4.1. Noções gerais 4.2. Aquisição da qualidade de agente e funcionário 4.3. Recrutamento e seleção 4.4. Requisitos gerais e especiais 4.5. Formas de provimento 4.6. Posse 4.7. Quadros e carreiras 4.8. Direitos e deveres 4.9. Regime disciplinar | |
| | Avaliação Formativa | |
| | Avaliação Sumativa - classificativa do módulo 2 - correção e autoavaliação. | Tempos já incluídos nos 32 tempos totais do Módulo. |
| | Módulo 3: Aplicações Informáticas de Gestão de Pessoal | 27 h (36 tempos) |
| | 1. Aplicações informáticas | 1 T |
| | Avaliação Formativa. | |
| | Módulo 3: Aplicações Informáticas de Gestão de Pessoal (continuação) | ---- |
| 2.º Período De 05/01 a 27/03 | 1.1. As aplicações informáticas e as organizações 1.2. As possibilidades das aplicações informáticas 2. “Aplicação informática” 2.1. Apresentação do software 2.2. Aplicação de gestão de pessoal | 35 T |
| Previstos 80 tempos de 45 minutos = 60 horas | Avaliação Formativa | |
| | Avaliação Sumativa - classificativa do módulo 3 - correção e autoavaliação. | Tempos já incluídos nos 36 tempos totais do Módulo. |
| | Módulo 4: Gestão da Produção/Qualidade | 24 h (32 tempos) |
| | 1. Produção 2. Objetivos da gestão da produção 2.1. Qualidade 2.2. Respeito pelos prazos | 32 T |

| | | |
|--------------------|---|---|
| | 2.3. Gastos 2.4. Flexibilidade 3. Elementos comuns a todo o processo produtivo 3.1. Matérias-primas 3.2. Máquinas (instalação dos equipamentos) 3.3. Trabalho 4. Decisão da produção 4.1. Fabricar, comprar e subcontratar 4.2. Localização fabril 4.2.1. Fatores que determinam a localização fabril 4.2.2. Gastos que a localização pode comportar 5. Desenvolvimento do processo produtivo 5.1. Planificação 5.2. Despacho 5.3. Controlo do processo 6. Tipos de produção 6.1. Contínua 6.2. Descontínua 6.3. Por projeto 7. Técnicas de planeamento 7.1. Gráficos de Gantt 7.2. Técnicas PERT 7.3. Sistema JIT 7.4. Ferramenta Kanban 8. Controlo da produção 9. Controlo da qualidade 10. Conservação e substituição do equipamento 11. Novas tecnologias | |
| | Avaliação Formativa | |
| | Avaliação Sumativa - classificativa do módulo 4 - correção e autoavaliação. | Tempos já incluídos nos 32 tempos totais do Módulo. |
| | Módulo 6: Gestão Comercial | 24 h (32 tempos) |
| | 1. Estudos comerciais e de mercado 1.1. Noção de mercado 1.2. Formas de mercado 1.3. Estudos de mercado 1.4. Inquéritos sobre o produto, inquéritos de atitudes, testes de embalagem e outros estudos 1.5. Informações internas da empresa 1.5.1. Vendas por produto 1.5.2. Vendas por área 1.5.3. Vendas por período de tempo 1.5.4. Vendas por vendedor | 13 T |
| | Avaliação Formativa | |
| 3.º Período | Módulo 6: Gestão Comercial (continuação) | --- |
| | 2. Análise da clientela 2.1. Comportamento do consumidor: necessidades, motivações e a recolha de dados 2.2. Curva da clientela: noção, elaboração e análise | 19 T |

| | | |
|--|--|---|
| De 13/04 a 05/06 Previstos 51 tempos de 45 minutos = 38,25 horas | 2.3. Distribuição: fases, intervenientes e os canais de distribuição 2.4. Estatísticas de vendas 3. Força de vendas 3.1. Atendimento 3.2. Argumento 3.3. Negociação e controlo de vendas Avaliação Formativa Avaliação Sumativa - classificativa do módulo 6 - correção e autoavaliação. | |
| | Módulo 7: Marketing | 24 h (32 tempos) |
| | 1. <i>Marketing</i> na gestão da empresa 1.1. Alterações do conceito de <i>marketing</i> nas últimas décadas 1.2. <i>Marketing</i> e vendas 1.3. Posição do cliente segundo o conceito de <i>marketing</i> 1.4. Atribuições de um profissional de <i>marketing</i> e de um diretor comercial 1.5. Papel do <i>marketing</i> face às novas tecnologias de informação 1.6. Variáveis do <i>marketing-mix</i> 2. Mercado e concorrência 2.1. Mercado em sentido lato e em sentido restrito 2.2. Dimensão do mercado num caso concreto 2.3. Características dos vários segmentos de mercado definidos por uma empresa 2.4. Critérios de segmentação 2.5. Homogeneidade 2.6. Mensurabilidade 2.7. Acessibilidade 2.8. Substancialidade 2.9. Características dos consumidores 2.10. Processo de decisão de compra 2.11. Quota de mercado 2.12. Curva de Lorenz 3. Produto 3.1. Produto objetivo e produto mental 3.2. Posicionamento dos produtos 3.3. Gama de produtos 3.4. Características da gama de produtos 3.5. Gama de produtos de uma empresa 3.6. Funções da embalagem 3.7. Diferentes tipos de embalagem 3.8. Marca 3.9. Classificação das marcas 3.10. Estratégias de marca de acordo com o tipo de produto 3.11. Ciclo de vida de um produto 3.12. Fases do ciclo de vida dos produtos 3.13. Fases do ciclo de vida dos mercados 3.14. Ciclo de vida do produto e do seu mercado | Tempos já incluídos nos 32 tempos totais do Módulo. 32 T |

| | | |
|--------------------------|--|---|
| | 4. Preço 4.1. Preço segundo a perspetiva de <i>marketing</i> 4.2. Preço de um produto 4.3. Nomenclatura associada ao preço 4.4. Estratégias de fixação dos preços 4.5. Margem bruta 4.6. Ponto morto (ponto crítico) das vendas 4.7. Binómio: consumidor - preço 5. Distribuição 5.1. Circuito de distribuição 5.2. Diferentes circuitos de distribuição 5.3. Estratégia de distribuição adequada a um produto 5.4. Distribuição como instrumento de <i>marketing</i> 5.5. Técnica de <i>merchandising</i> na distribuição 6. Comunicação 6.1. “Força de vendas” 6.2. Estratégias de comunicação de um produto 6.3. Objetivos da comunicação em <i>marketing</i> 6.4. <i>Marketing</i> direto 6.5. Mix da comunicação | |
| | Avaliação Formativa | |
| Total= 218T= 163H | Avaliação Sumativa - classificativa do módulo 6 - correção e autoavaliação. | Tempos já incluídos nos 32 tempos totais do Módulo. |
| Total= 218T= 163H | | Total= 163 H = 218 T |

OBS.:

A aplicação desta planificação está prevista para ser implementada no regime presencial e no regime não presencial, podendo ser sujeita a ajustes pontuais decorrentes de imperativos de força maior.

Tal como em anos anteriores, poderão ser desenvolvidas atividades de revisão/consolidação de matérias, sem que isso implique a alteração das cargas horárias previstas.