

Certificado Vocacional de Nivel III em Publicidade e
Marketing

ÍNDICE

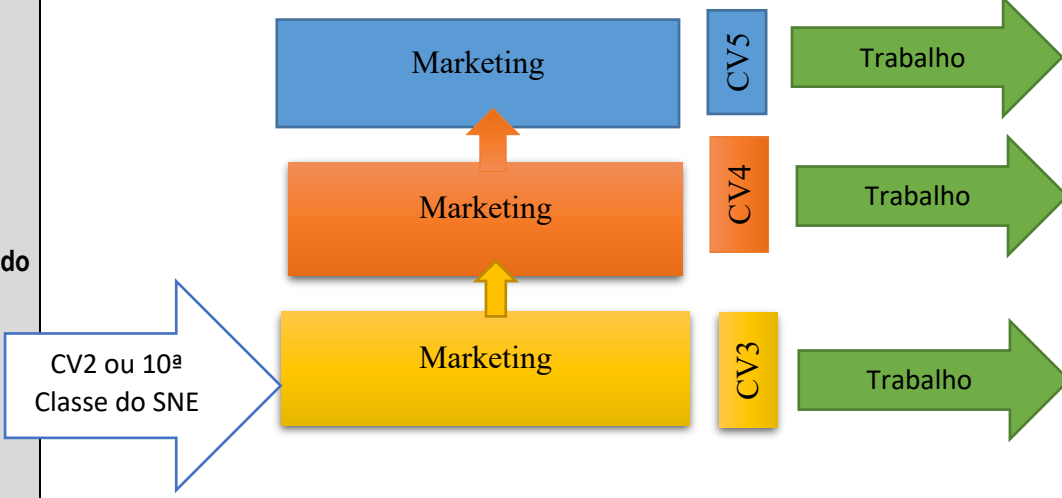
1.	Enquadramento da Qualificação	3
2.	Informação para Registo da Qualificação	7
2.1.	Plano de estudos	7
2.2.	Grupo alvo e pontos de saída	9
3.	UNIDADES DE COMPETÊNCIA GENÉRICAS.....	15
3.1	UC HG013001 Aplicar o autoconhecimento para o desenvolvimento pessoal, social e profissional	15
3.2	UC HG013002: Planear e preparar o seu futuro	23
3.3	UC HG023001 Usar a língua Inglesa em situações sociais, pessoais e profissionais	32
3.4	UC HG023002 Comunicar informação relacionada com o trabalho, em língua Inglesa	38
3.5	UC HG023003 Ler e responder a materiais escritos na língua Inglesa	43
3.6	UC HG023004 Produzir materiais escritos na língua Inglesa	47
3.7	UC HG03301171 Resolver problemas económicos simples da vida pessoal e da comunidade	51
3.8	UC HG03302171 Calcular distâncias entre pontos de difícil acesso	57
3.9	UC HG04301191 Interpretar e produzir enunciados orais de carácter informativo - funcional.....	61
3.10	UC HG04302191 Interpretar e produzir textos escritos de interesse quotidiano.....	65
3.11	UC HG053001 Utilizar computador pessoal para acesso a informação e comunicação Error! Bookmark not defined.	
3.12	UC HG053002 Utilizar aplicações de interface gráfico (GUI) para produção de documentos e folhas de cálculo simples	Error! Bookmark not defined.
4.	Unidades de Competência Vocacionais Obrigatórias	80
4.1	UC COM013026231 Conhecer a evolução histórica e as teorias da Comunicação.....	80
4.2	UC COM013026231 Conhecer a origem e os fundamentos de Marketing	82
4.3	UC COM013028231 Compreender o comportamento do consumidor	84
4.4	UC COM013029231 Elaborar estratégia de Marketing de uma organização	86
4.5	UC COM013030231 Aplicar as Técnicas de Pesquisa em Comunicação.....	88
4.6	UC COM013031231 Usar a ética e deontologia profissional na comunicação.....	90
4.7	UC COM013032231 Demonstrar a importância da ética e deontologia profissional em comunicação.....	92
4.8	UC COM013033231 Compreender regras e técnicas gramaticais.....	95
4.9	UC COM013034231 Demonstrar habilidade de usar a língua de sinais na comunicação	97
4.10.	UC COM013035231 Fazer Estudo do Mercado	99
4.11	UC COM013036231 Realizar o Projecto integrado	101
4.12	UC COM013037231 Realizar uma experiência de trabalho em Marketing	105
5.	Módulos Vocacionais.....	108
5.1.	Conhecer a evolução histórica e as teorias da comunicação.....	108
5.2.	Conhecer a origem e fundamentos do Marketing.....	113
5.3.	Fazer o Estudo do Mercado.....	118
5.4.	Compreender o comportamento do consumidor	123
5.5.	Elaborar estratégias de Marketing de uma organização	128
5.6.	Aplicar as Técnicas de Pesquisa em Comunicação.....	133
5.7.	Demonstrar a influência da antropologia cultural na comunicação	138
5.8.	Usar a ética e deontologia profissional na comunicação	143
5.9.	Demonstrar habilidade de usar a Língua de Sinais na comunicação	149
5.10.	Compreender as regras e as técnicas gramaticais	155

1. Introdução ao Registo da Qualificação

Título da Qualificação		Certificado Vocacional III em Marketing	
Código Nacional:		Q COM01301231	
Campo:	Comunicação	Sub-Campo:	Marketing
Nível de QNQP:	3	Total de Créditos	120
Data do Registo:		Data da Revisão do Registo:	
Introdução Geral		A Qualificação Certificado Profissional 3 em Marketing. Foi desenvolvida no âmbito da implementação da Reforma da Educação Profissional, cujo objectivo principal é transformar o sistema de ensino técnico profissional em Moçambique, marcadamente orientado para a oferta, e reorientando-o para a procura, e torná-lo capaz de responder às necessidades da economia moçambicana em rápido crescimento.	
		Esta Qualificação foi desenvolvida para responder às necessidades da área de Comunicação Social, considerando que o uso das novas tecnologias na produção e distribuição da informação impõe novo ritmo no sector de Comunicação Social, exigindo cada vez mais profissionais competentes e alinhadas com as novas tendências do sector.	
		A Comunicação Social é concebida como um processo de comunicar, dar a conhecer, informar, transmitir sinais, ou lidar com uma sociedade que partilha tradições, costumes e tem objectivos em comum.	
		Os graduados com esta Qualificação são elegíveis para trabalhar no Campo da Comunicação Social, no sub-campo de Marketing, podendo trabalhar em agências de publicidade, departamentos de comunicação ou de marketing, veículos de comunicação (jornais, editoras de jornais e revistas etc.), <i>house agencies</i> (estruturas de agência de publicidade inseridas em grandes empresas).	
		Serão capazes de fazer ponte entre o cliente/consumidor e a agência de marketing. Podem progredir para a obtenção do Certificado Profissional de Nível 4 em Marketing.	
Metodologia Utilizada		As qualificações definidas para o campo de Comunicação Social na vertente de Marketing surgem como resposta às ocupações principais identificadas nas empresas. Tiveram também como base:	
		a) Entrevistas ao sector produtivo para auscultar as suas preocupações e percepções sobre os graduados do nível médio na área;	
		b) Um estudo na área de Marketing, com o objectivo de identificar as necessidades em técnicos de nível médio no sector;	
		c) As orientações metodológicas para o desenvolvimento das qualificações elaboradas pela ANEP;	
		d) A elaboração das unidades de competência e módulos detalhados, de acordo com a metodologia aprovada pela ANEP, por um grupo de especialistas na área de Marketing;	

	e) A consulta ao sector produtivo através da Equipa Técnica sobre os Padrões relativamente às unidades de competência.
Justificação da Qualificação	As qualificações definidas para o campo de Comunicação Social surgem como resposta às ocupações principais identificadas nas empresas e nas organizações. Tiveram também como base: • A proposta do Quadro Nacional de Qualificações (QNQP); • As orientações metodológicas para o desenvolvimento das qualificações elaboradas pela ANEP; • As especialidades mais procuradas no sector de Comunicação Social; • A necessidade de formar profissionais com habilidades que os capacitem tanto para o emprego como para o auto-emprego ainda nos primeiros níveis. A Comunicação Social desempenha uma função educativa em termos sociais. É amplamente responsável pela formação de conceitos, convicções, linguagem visual, verbal e simbólica que os cidadãos utilizam para dar sentido ao mundo em que vivem. O Marketing, nas organizações, ajuda a conhecer o funcionamento do mercado em que a empresa se insere, de modo a identificar as oportunidades e as necessidades dos potenciais consumidores e, por conseguinte, destacar-se frente à concorrência. Moçambique tem um grande défice de programas de formação de técnicos de nível médio com habilidades que os capacitem tanto para o emprego como para o auto-emprego para responder às necessidades do sector de Comunicação Social. Por isso, justifica-se a formação de técnicos qualificados, aos quais será atribuído o Certificado Vocacional do Nível 3 em Marketing como assistentes ou auxiliares nas áreas em que forem afectos, e poderão exercer actividades nas organizações estudando o mercado, o comportamento do consumidor e elaborando estratégias eficazes de marketing para atingir o público-alvo. O objectivo principal desta qualificação é desenvolver habilidades nos técnicos de nível de Certificado Vocacional 3 da área de Comunicação Social para realizar actividades no campo de Comunicação, Sub-campo de Marketing em rotinas conhecidas e situações previsíveis e de raciocínio limitado na selecção de métodos e equipamentos com um mínimo de supervisão.
Objectivo da Qualificação	Esta qualificação enquadra-se no Nível 3 do Quadro Nacional de Qualificações (QNQP). Para ingresso nesta qualificação, os candidatos devem ter concluído a 10ª Classe do SNE ou equivalente. Com esta qualificação, os graduados poderão trabalhar no sector de Comunicação Social ou ingressar numa qualificação de certificação Profissional de Nível 4 em Marketing. Esta qualificação, sendo a primeira do Programa de Qualificação Profissional Vocacional 3 em Marketing, tem como objectivos desenvolver nos candidatos as capacidades de: • Identificar um mercado-alvo e estudar o seu comportamento; • Analisar o tamanho e o potencial do mercado; • Adoptar o melhor posicionamento da empresa no mercado; • Analisar as oportunidades e as ameaças do ambiente; • Adoptar estratégias de atracção e fidelização de clientes; • Medir os resultados das estratégias; • Comunicar a empresa, produto ou marca.

Estrutura da Qualificação	A Qualificação estrutura-se nos seguintes módulos: 1. Módulos de Habilidades Genéricas: o candidato deve completar um mínimo de 24 créditos. 2. Módulos de Habilidades Vocacionais Obrigatórios: o candidato deve completar um mínimo de 96 créditos. 3. Módulos de Habilidades Vocacionais Opcionais: Não Aplicável.
Estratégias de ensino-aprendizagem e de avaliação dos estudantes	Esta qualificação está concebida para ser oferecida em tempo inteiro, sem prejuízo de que os formandos se inscrevam em módulos individuais, caso o desejem. O ensino à distância, nas suas diversas formas (material impresso, áudio, vídeo ou <i>online</i>), pode ser considerado como uma modalidade importante de instrução para a qualificação. O processo de ensino-aprendizagem deve ser activo e centrado no estudante. Os formandos deverão realizar actividades práticas contendo elementos de habilidades técnicas, pessoais e interpessoais, de comunicação e matemática e estatística. A avaliação deve assegurar que todos os resultados específicos de aprendizagem, resultados críticos, resultantes de cruzamento de outras matérias e conhecimentos essenciais sejam avaliados. O formando deverá realizar tarefas e actividades que envolvam elementos de habilidades técnicas pessoais e interpessoais, comunicação, integrando, deste modo, unidades de habilidades genéricas, vocacionais e de experiência de trabalho. Os formandos deverão ter oportunidade de mostrar iniciativa e independência e trabalhar cooperativamente em grupos. Os grupos de trabalho devem ser pequenos, de forma a facilitar as actividades práticas. A participação individual deverá ser encorajada durante as aulas práticas para dar ao estudante a oportunidade de usar e se familiarizar com os instrumentos, materiais e aparelhos.

Progressão entre qualificações do sector	 CV2 ou 10ª Classe do SNE Marketing CV5 Trabalho Marketing CV4 Trabalho Marketing CV3 Trabalho
Referências	AMBROSIO, V. Plano de marketing passo a passo. Rio de Janeiro: Reishmann & Afonso. 1999. FERREL, O.C HARTLIN, e Michel, D. estratégia de marketing. São Paulo: Pioneira: Thomson, 2005. KOTLER, P. Administração de Marketing – A Bíblia do Marketing. 12ª. ed. São Paulo: Pearson, 2006. KOTLER, P. KARTAJAYA, H. e SETIAWAN, I. Marketing 4.0: Do Tradicional ao Dogital. Rio de Janeiro: Sextante. 2017. McCARTHY, E. Jerome; PERREAULT, William D. Marketing Essencial: Uma Abordagem Gerencial e Global. São Paulo: Atlas, 1997. MATTELART, Armand. História das Teorias da Comunicação. 1ª ed 1995 McCARTHY, E. Jerome; PERREAULT, William D. Marketing Essencial: Uma Abordagem Gerencial e Global. São Paulo: Atlas, 1997. VIEIRA, José, Inovação e Marketing de serviços. 2560ª. Ed. São Paulo: Verbo, 2000. RODRIGUES. V e DIONÍSIO. P . O Mercator 25 anos: O Marketing na era digital. 18ª Ed. Madeira: Dom Quixote, 2021. SERRA, Paulo. Manual de Teoria da Comunicação. Beira Interior, 2007. SOUSA. Jorge. Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. 2ª.Ed. Ampliada. Porto. 2006.

2. Informação para Registo da Qualificação

2.1. Plano de estudos

Título da Qualificação		Certificado Vocacional III em Marketing		
Código Nacional:		Q COM01301231		
Campo:	Comunicação	Sub-Campo:	Marketing	
Nível de QNQP:	3	Total de Créditos	120	
Data do Registo:		Data da Revisão do Registo:		
Progressão:	Os graduados com esta Qualificação são elegíveis para trabalhar em organizações públicas e privadas, como assistentes de Marketing. Serão capazes de identificar um mercado-alvo e estudar o seu comportamento; analisar o tamanho e o potencial do mercado; adoptar o melhor posicionamento da empresa no mercado; analisar as oportunidades e as ameaças do ambiente; adoptar estratégias de atracção e fidelização de clientes e medir os resultados das estratégias. A aprovação neste nível permite o acesso dos formandos a estudos posteriores no âmbito da qualificação do nível 4 em Marketing.			
Regras de Combinação				
Módulos de Habilidades Essenciais: O candidato deve atingir um mínimo de 24 créditos Módulo de Habilidades Profissionais Obrigatórias: O candidato deve atingir um mínimo de 84 créditos Módulo de Habilidades Profissionais Opcionais: O candidato deve atingir um mínimo de crédito 0 créditos Experiência de Trabalho: O candidato deve atingir um mínimo de 12 créditos				
Conteúdo da Qualificação Programa de Módulos que constituem a Qualificação				
Código do Módulo	Código da Unidade Relacionada	Título do Módulo	Número de créditos	Horas Normativas
Módulos de Habilidades Genéricas				
MO HG01301201	UC HG013001	Aplicar o autoconhecimento para o desenvolvimento pessoal, social e profissional	2	20
MO HG01302201	UC HG013002	Planear e preparar o seu futuro	2	20
MO HG023001	UC HG023001	Usar a língua Inglesa em situações sociais, pessoais e profissionais	2	20
MO HG023002	UC HG023002	Comunicar informação relacionada com o trabalho em língua Inglesa	2	20

MO HG023003	UC HG023003	Ler e responder materiais escritos na língua Inglesa	2	20
MO HG023004	UC HG023004	Produzir materiais escritos na língua Inglesa	2	20
MO HG03301171	UCHG03301171	Resolver problemas económicos simples da vida pessoal e da comunidade	2	20
MO HG03302171	UCHG03302171	Calcular distâncias entre pontos de difícil acesso	2	20
MO HG04301191	UC HG 04301191	Interpretar e produzir enunciados orais de carácter informativo-funcional	2	20
MO HG04302191	UC HG04302191	Interpretar e produzir textos escritos simples informativo-funcionais de interesse quotidiano, incluindo linguagens icónicas	2	20
MO HG053001	UC HG053001	Utilizar o computador pessoal para acesso à informação e comunicação	2	20
MO HG053002	UC HG053002	Utilizar aplicações de interface gráficas (GUI) para produção de documentos, apresentações e folhas de cálculo simples	2	20
Subtotal			24	240
Módulos de Habilidades Profissionais Obrigatórias				
MO COM013026231	UC COM013026231	Conhecer a evolução Histórica e as teorias da Comunicação	8	80
UC COM013027231	UC COM013027231	Compreender o comportamento do consumidor	8	80
UC COM013028231	UC COM013028231	Elaborar estratégias de Marketing de uma organização	12	120
UC COM013029231	UC COM013029231	Aplicar as Técnicas de pesquisa em comunicação	8	80
UC COM013030231	UC COM013030231	Demonstrar a influência da antropologia. cultural na comunicação	8	80
UC COM013031231	UC COM013031231	Usar a ética e deontologia profissional na comunicação	7	70
UC COM013032231	UC COM013032231	Demonstrar habilidade de usar a língua de sinais na comunicação	8	80
UC COM013033231	UC COM013033231	Fazer o estudo do mercado	8	80
UC COM013034231	UC COM013034231	Compreender as regras e técnicas gramaticais	7	70
UC COM013035231	UC COM013035231	Origem e fundamentos de marketing	10	100

Subtotal			84	840
Avaliação Integrada Prezada Leonora e Experiência de Trabalho				
UC COM013036231	UC COM013036231	Projecto integrado	2	20
UC COM013037231	UC COM013037231	Ganhar experiência prática de trabalho em estabelecimentos de Marketing	10	100
Subtotal			12	120
TOTAL GERAL			120	1200

2.2. Grupo alvo e pontos de saída

Grupo(s)-Alvo	Pontos de Saída
Graduados da 10ª classe do Ensino Geral (ou equivalente)	O grupo alvo desta qualificação poderão desenvolver habilidades e competências de modo a serem capazes de identificar um mercado-alvo e estudar o seu comportamento; analisar o tamanho e o potencial do mercado; adoptar o melhor posicionamento da empresa no mercado; analisar as oportunidades e as ameaças do ambiente; adoptar estratégias de atracção e fidelização de clientes e medir os resultados das estratégias, sob supervisão numa multiplicidade de actividades.

Formas de Leccionação	
A metodologia de aprendizagem a ser adoptada na facilitação dos módulos desta qualificação deverá privilegiar sessões práticas de simulações, demonstrações, complementadas com aulas teóricas na sala de aulas. Esta qualificação pode ser obtida em tempo inteiro, mas deverá também permitir aos formandos empenharem-se em Módulos individuais, se a pressão do trabalho assim permitir. O reconhecimento da aprendizagem anterior deve ser considerado para os formandos trabalhadores. Esta qualificação é concebida para ser leccionada em tempo inteiro. Os trabalhadores que desejarem actualizar as suas habilidades e conhecimentos poderão assistir a módulos seleccionados. Para esses trabalhadores, deverão ser reconhecidos os conhecimentos já adquiridos.	
Requisitos didácticos	
Instalações e Equipamentos	Ambientes Pedagógicos Sala equipada com: mesas, cadeiras; quadro branco; marcadores de quadro branco; retroprojector; computador; <i>data show</i>; <i>flipchart</i>; tela branca para projecção de imagem, livros e manuais sobre estudo de mercado, estratégia de marketing, comportamento do consumidor e fundamentos do marketing. Livros Didáticos e Paradidáticos, Enciclopédias. Laboratório de Informática Máquinas: 1. Computadores 2. <i>Data show</i> Produtos consumíveis 1. Papel

	2. Toner
Recursos	Ferramentas, máquinas, equipamentos e consumíveis. Textos de apoio e manuais individuais. Acesso à Internet. Computadores Bibliografia Obrigatória
Duração	Ao longo de 1 ano, 40 semanas, 25 horas por semana, presença sugerida de 5 dias.

Estratégia de Avaliação dos candidatos							
Ferramentas / Instrumentos		Ficha avaliação/ entrevista estruturada		Lista de verificação/ entrevista estruturada		Lista de verificação	
Métodos		Correcção e classificação, Entrevista		Observação		Avaliação	
Actividades		Escrita/Oral		Demonstração		Produto	
Tipo		Título do Módulo		Créditos		Desempenho no local de trabalho	
G		Relacionar-se socialmente de forma eficaz		2		✓	
G		Preparar-se para o emprego		2		✓	
G		Usar a língua Inglesa em situações		2		✓	

	sociais, pessoais e profissionais						
G	Comunicar informação relacionada com o trabalho em língua Inglesa	2	✓	✓			✓
G	Ler e responder materiais escritos na língua Inglesa	2	✓	✓			✓
G	Produzir materiais escritos na língua Inglesa	2	✓				
G	Resolver problemas económicos simples da vida pessoal e da comunidade	2	✓				
G	Calcular distâncias entre pontos de difícil acesso	2	✓				
G	Interpretar e produzir enunciados orais de carácter informativo-funcional	2	✓	✓			✓
G	Interpretar e produzir textos escritos simples informativo-funcionais de interesse quotidiano,	2	✓	✓			✓

	incluindo linguagens icónicas						
G	Utilizar o computador pessoal para acesso à informação e comunicação	2	✓				
G	Utilizar aplicações de interface gráfico (GUI) para produção de documentos, apresentações e folhas de cálculo simples	2	✓				
VO	Conhecer a evolução histórica e as teorias da Comunicação	8	✓	✓			
VO	Compreender o comportamento do consumidor	8	✓	✓			
VO	Elaborar a estratégia de Marketing de uma organização	12	✓	✓	✓	✓	✓
VO	Aplicar as Técnicas de pesquisa em comunicação	8	✓	✓	✓	✓	✓
VO	Conhecer a origem e fundamentos de marketing	10	✓	✓	✓	✓	✓

VO	Fazer o estudo do mercado	8	✓	✓			
VO	Demonstrar a influência da antropologia cultural na comunicação	8	✓	✓	✓	✓	✓
VO	Usar a ética e deontologia profissional na comunicação	7	✓	✓			
VO	Demonstrar habilidade de usar a língua de sinais na comunicação	8	✓	✓			
VO	Compreender as regras e técnicas gramaticais	7	✓	✓			
	Realizar projectos Integrados	2	✓	✓	✓		
	Ganhar experiência prática de trabalho em estabelecimentos de marketing	10	✓	✓	✓		

Semestre	Título do Módulo
Módulos de Habilidades Genéricas	
1º	Aplicar o autoconhecimento para o desenvolvimento pessoal, social e profissional
1º	Usar a língua Inglesa em situações sociais, pessoais e profissionais
1º	Comunicar informação relacionada com o trabalho em língua Inglesa
1º	Resolver problemas económicos simples da vida pessoal e da comunidade
1º	Interpretar e produzir enunciados orais de carácter informativo-funcional
1º	Utilizar o computador pessoal para acesso à informação e comunicação
2º	Utilizar aplicações de interface gráfico (GUI) para produção de documentos, apresentações e folhas de cálculo simples
2º	Planear e preparar o seu futuro
2º	Ler e responder materiais escritos na língua Inglesa
2º	Produzir materiais escritos na língua Inglesa
1º	Calcular distâncias entre pontos de difícil acesso
2º	Interpretar e produzir textos escritos simples informativo-funcionais de interesse quotidiano, incluindo linguagens icónicas
Módulos de Habilidades Profissionais Obrigatórias	
1º	Conhecer a evolução histórica e as teorias da Comunicação
1º	Compreender o comportamento do consumidor
1º	Conhecer origem e fundamentos de Marketing
1º	Compreender as regras e técnicas gramaticais
1º	Aplicar as Técnicas de pesquisa em comunicação
2º	Usar a ética e deontologia profissional na comunicação
2º	Demonstrar habilidade de usar a língua de sinais na comunicação
2º	Fazer o estudo do mercado
2º	Projecto integrado
2º	Ganhar experiência prática de trabalho em estabelecimentos de Marketing

3. UNIDADES DE COMPETÊNCIA GENÉRICAS

3.1 UC HG013001 Aplicar o autoconhecimento para o desenvolvimento pessoal, social e profissional

Registo da Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Aplicar o autoconhecimento para o desenvolvimento pessoal, social e profissional	
Descrição da Unidade de Competência: No fim deste módulo, o formando deve ser capaz de: Promover o autoconhecimento e fortalecer a autoestima; identificar e desenvolver as suas características empreendedoras; reconhecer preconceitos inconscientes de género; demonstrar compreensão sobre responsabilização pessoal; avaliar a sua relação com o dinheiro; e demonstrar um comportamento saudável.			
Código:	UC HG01301201	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Subcampo:	Habilidades para a Vida
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	Crítérios de Desempenho	Contextos de Aplicação
1. Promover o autoconhecimento e fortalecer a autoestima	a) Reconhece os principais traços da sua identidade e personalidade b) Lista os seus principais pontos fortes e pontos de melhoria e identifica formas de os exponenciar ou transformar c) Identifica os factores de motivação pessoal d) Reconhece onde põe o seu centro de controlo e) Reconhece o impacto da atitude e comportamentos dos outros em si mesmo f) Identifica os seus valores e prioridades g) Descreve a relação entre os seus valores, prioridades e o seu comportamento h) Explica as estratégias para manter atitudes positivas i) Identifica formas para aumentar a sua autoconfiança e a das outras pessoas	Valores incluem, entre outros, respeito, honestidade, lealdade Contexto social: família, amigos, grupos de interesse comum, vizinhos Contexto profissional: Entrevista para emprego, relacionamento na área/equipa de trabalho
	Evidências requeridas	
	Produto Identifica os seus traços de identidade e personalidade, os pontos fortes e pontos de melhoria, valores e prioridades, onde põe o seu centro de controlo, as influências que os outros possam ter em si, a relação entre o seu	

Elementos de Competência	CrITÉRIOS de Desempenho	Contextos de Aplicação
	comportamento e os seus valores e prioridades e o seu comportamento e as estratégias que usa para transformar os seus pontos de melhoria, exponenciar os seus pontos fortes, manter uma atitude positiva e aumentar a sua autoconfiança.	
2. Identificar e desenvolver as suas características empreendedoras	a) Lista e explica as principais características dos empreendedores de sucesso b) Reconhece a criatividade como um factor preponderante da atitude empreendedora c) Identifica as suas características empreendedoras d) Desenha um plano de acção para fortalecer as suas habilidades empreendedoras e) Demonstra compreensão das estratégias de resposta a desafios e circunstâncias adversas	Características de empreendedor incluem: criatividade, compromisso, energia, necessidade de realização, tolerância a stress, poder de decisão, habilidade de identificar oportunidades, fazer decisões informadas, capacidade de gerir o tempo e o risco. A resposta a circunstâncias adversas deve incidir na capacidade de resiliência, flexibilidade e superação
	Evidências requeridas	
	Evidência escrita ou oral O formando satisfaz os critérios de desempenho, descrevendo as características principais de um empreendedor de sucesso e explicando a importância da criatividade para os empreendedores Produto O formando preenche uma avaliação de traços pessoais empreendedores, elabora um plano de desenvolvimento para potenciar pontos fortes e colmatar fraquezas e dá exemplos de estratégias que usa para responder a desafios e circunstâncias adversas	
3. Reconhecer preconceitos inconscientes de género	a) Identifica os papéis sociais que são desempenhados por homens e mulheres em diferentes momentos do dia-a-dia b) Descreve a influência dos papéis sociais desempenhados por homens e mulheres na sua vida pessoal e profissional c) Explica o conceito de género	Preconceitos inconscientes de género afectam a percepção sobre responsabilidades, actividades e postura

Elementos de Competência	Crítérios de Desempenho	Contextos de Aplicação
	d) Identifica e dá exemplos sobre as atitudes que desafiam os preconceitos de género na sociedade e) Descreve os benefícios de uma sociedade sem preconceitos de género Evidências requeridas Evidência escrita ou oral O formando identifica diferentes papéis sociais desempenhados por homens e mulheres, descreve a forma como estes papéis afectam a vida pessoal e profissional de uma pessoa, explica com exemplos práticos o conceito de género, identifica atitudes que desafiam preconceitos de género e dá exemplos de benefícios de uma sociedade igualitária	
4. Demonstrar compreensão sobre responsabilização pessoal	a) Descreve as características de uma pessoa responsável b) Identifica os benefícios do comportamento responsável e as consequências da irresponsabilidade c) Descreve formas para demonstrar responsabilidade numa variedade de situações Evidências Requeridas Evidência escrita ou oral O formando descreve comportamentos e atitudes de um indivíduo responsável e irresponsável, os benefícios de ser responsável e as consequências de ser irresponsável.	Comportamentos e atitudes e valores pessoais, no ambiente social e profissional/laboral (ex.: saber assumir e reportar os seus erros, evitar actividades ilegais, estar disposto a fazer a sua parte, etc.) Demonstrar responsabilidade inclui: planificar, cumprir prazos e promessas, monitorar, reportar, assumir erros.
5. Avaliar a sua relação com o dinheiro	a) Reconhece a sua personalidade financeira b) Distingue gastos por necessidade de gastos por desejos (razão vs. emoção) c) Enumera tácticas para realizar escolhas racionais d) Reconhece sonhos e projectos como motor da poupança e) Define prioridades financeiras Evidências Requeridas Evidência escrita ou oral	Avaliação da personalidade financeira permite saber qual é a relação do indivíduo com o dinheiro: LIBERDADE SEGURANÇA PODER AMOR Escolhas por necessidade incluem: pirâmide de maslow Os desejos é quando se quer algo,

Elementos de Competência	CrITÉRIOS de Desempenho	Contextos de AplicaÇão
	O formando reconhece qual é a sua personalidade financeira e o que a caracteriza, diferencia necessidades de desejos, explica os princípios de escolhas racionais e explica as motivações para a poupança e define regras para definir prioridades financeiras.	como um produto ou serviço, que nos atrai por alguma motivação que não seja necessariamente uma necessidade. Ex. Estou com sede (necessidade), quero tomar uma Coca-Cola (desejo)
6. Relacionar o comportamento individual com a saúde	a) Demonstra conhecimento sobre as necessidades de bem-estar físico b) Demonstra compreensão sobre os sinais de saúde c) Lista e explica na prática as doenças mais comuns e as suas formas de prevenção d) Identifica os sinais de stress e suas causas e) Reconhece as consequências de um comportamento ou estilo de vida não saudável f) Identifica formas de conservar um comportamento de vida saudável	Formas de manter bem estar-físico: Boa nutrição ao nível dos vários grupos de alimentos e calorias, prática de desporto, boa higiene pessoal Sinais de stress: Alteração na pressão arterial, dores de cabeça, irritação, aumento da frequência cardíaca, comichões e irritação na pele, perda ou aumento dramático de apetite, comportamentos pessoais prejudiciais, diminuição de produtividade, fraca capacidade de concentração, fraca memória. Causas de stress: Mortes, alterações da situação conjugal do indivíduo, eminente despedimento, doença de pessoa próxima, alteração na situação financeira, alteração nas responsabilidades do trabalho, mudança de residência, mudança dos hábitos diários, alterações hormonais, etc. Doenças mais comuns incluem malária, diarreias, diabetes, tensão arterial, obesidade, etc. Formas de conservar um estilo de vida saudável no trabalho: Ex. ter horas de descanso regulares
	Evidências Requeridas	
	Evidência escrita ou oral O formando demonstra conhecimento sobre práticas ou comportamentos que contribuem para o bem-estar físico, lista sinais de bem-estar, de boa saúde e de stress, as consequências de comportamentos lesivos ao bem-estar e à saúde e reconhece os sintomas e formas de prevenção das doenças mais comuns em Moçambique	

UC HG013001: Aplicar o autoconhecimento para o desenvolvimento pessoal, social e profissional

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte da especificação do módulo deve ser considerada como um guia de apoio e nenhuma das secções é obrigatória.

Número de horas normativas: 20 horas

A duração deste módulo é baseada no tempo estimado como necessário para atingir os objectivos estabelecidos. O tempo total estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto, avaliação e de trabalho independente.

Justificação do módulo

Este módulo é concebido para permitir que os formandos se possam desenvolver a nível pessoal e profissional, partindo da autoavaliação e autoconhecimento. Este módulo pretende que os formandos possam desenvolver relacionamentos sociais e laborais sem preconceitos de género ao tornarem-se conscientes dos mesmos, fortalecer a sua autoestima, e descobrir as suas competências empreendedoras. Os formandos irão ainda desenvolver competências para serem responsáveis pelos seus actos, irão reflectir e aprender sobre o seu relacionamento com o dinheiro e ainda aprender como é que se podem comportar de uma forma saudável.

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem

É muito importante que os conteúdos deste módulo sejam sempre exemplificados com casos da vida real e partindo dos próprios formandos. Podem ser usados exemplos de personalidades de sucesso nos seus percursos sociais, profissionais e empresariais para que os formandos tenham a percepção das implicações que certas atitudes e práticas poderão ter na vida e no seu futuro e sirvam de motivação para a criação de valores e atitudes que possam guiar os formandos ao longo da vida. Deverão tanto quanto possível interpretar factos comprovados e actuais. Os tópicos devem ser discutidos nas aulas e a troca de experiências entre os formandos sobre situações por eles vivenciadas deve ser promovida. Este módulo é adequado para formandos que entram na educação profissional independentemente do ponto de entrada.

Resultado de Aprendizagem 1 (Nº de horas estimado: 4 horas)

Os formandos devem aprofundar o seu autoconhecimento em termos de identidade, personalidade, pontos fortes e pontos de melhoria, os seus factores de motivação pessoal e onde põe o seu centro de controlo com o objectivo de reconhecer a sua individualidade e construir alicerces para o seu contínuo fortalecimento, crescimento e desenvolvimento. Devem igualmente aprofundar o conhecimento de si mesmos sobre os seus valores e prioridades e como estes afectam os seus comportamentos. Estabelecido este autoconhecimento o formando poderá aprender a valorizar e exponenciar os seus pontos fortes e a identificar formas de transformar os seus pontos de melhoria.

Os formandos devem ainda aprender a diferenciar entre o que eles são e o que os outros vêem neles e a reconhecer o impacto que os outros produzem em si. Devem ser exploradas razões que produzem baixa autoestima, e estratégias para manter atitudes positivas e ser autoconfiante em todos os momentos. O formador deve promover a exercitação da autoavaliação, nomeadamente através de testes de autoconhecimento, de modo a proporcionar aos formandos a oportunidade de lidar melhor consigo mesmos e aprender a valorizar-se.

Resultado de Aprendizagem 2: (Nº de horas estimado: 4 horas)

O formando reconhece um empreendedor de sucesso como um tomador de decisões, observador e analista das necessidades dos seus clientes, inovador, que assume riscos, tem mente aberta, é optimista e tem a capacidade de

adaptação, é autoconfiante, supera barreiras, mobiliza o capital necessário, tem sentido de liderança, é um trabalhador incansável e tem a capacidade de organizar recursos pois estas são características necessárias para fazer face aos desafios que o empreendedor deverá enfrentar para transformar as suas ideias num negócio.

O formador deve adoptar estratégias de abordagem que permitam que os formandos façam uma autoavaliação dos seus traços de empreendedor e tracem um plano de como desenvolver as competências para se tornarem empreendedores de sucesso. O formando deve ainda compreender que ser empreendedor significa enfrentar vários desafios e circunstâncias adversas e reflecte em estratégias que pode usar para as ultrapassar.

Resultado de Aprendizagem 3: (Nº de horas estimado: 4 horas)

Os formandos devem familiarizar-se com o conceito de género e saber reconhecer os papéis sociais que são desempenhados por homens e mulheres em diferentes momentos do dia-a-dia; O formador deve reflectir com os formandos sobre a influência que os papéis sociais desempenhados pelos homens e mulheres têm na sua vida pessoal e profissional, atitudes que desafiam os preconceitos de género, bem como quais são os benefícios de uma sociedade sem preconceitos de género

Resultado de Aprendizagem 4: (Nº de horas estimado: 2 horas)

O formando deve conseguir descrever claramente as características de uma pessoa responsável para vários contextos ex.: familiar, grupo ou equipa de trabalho. O formador deve proporcionar um ambiente de debate em que os formandos desenvolvam compreensão profunda sobre formas de demonstrar responsabilidade, sobre os benefícios de ter um comportamento responsável e consequências de comportamentos irresponsáveis quer sob ponto de vista social como profissional. Igualmente pode recorrer aos estudos de casos ou dramatização para promover esta reflexão.

Resultado de Aprendizagem 5: (Nº de horas estimado: 4 horas)

O conteúdo de aprendizagem deve proporcionar aos formandos descobrir a sua personalidade financeira, nomeadamente realizando um conjunto de testes/exercícios. O formador deve promover debates onde os formandos possam discutir com exemplos práticos e reais a diferença entre gastos por necessidade e gastos por desejo, tácticas para fazer escolhas mais racionais e manter disciplina financeira e como definir prioridades financeiras. O formador deve ainda ajudar os formandos a reflectir sobre como sonhos e projectos podem ser o motor da poupança

Resultado de Aprendizagem 6: (Nº de horas estimado: 2 horas)

Os formandos devem compreender no final do módulo a relação entre bem-estar físico e uma boa nutrição, nomeadamente ao conhecerem o conceito de calorias, como usar as tabelas de RDA (recommended dietary allowance ou ingestão dietética recomendada) e a importância nutricional dos alimentos. Devem ainda conseguir estabelecer a relação entre bem-estar físico com a realização de exercício físico regular.

Devem compreender indicadores básicos de uma boa saúde e hábitos de vida saudáveis (ex. momentos de descanso, exercício físico). Devem ser capazes de identificar sinais de *stress* (ex. alteração na pressão arterial, dores de cabeça, irritação, aumento da frequência cardíaca, comichões e irritação na pele, perda ou aumento dramático de apetite, comportamentos pessoais prejudiciais, diminuição de produtividade, fraca capacidade de concentração, fraca memória) e causas de *stress* (ex. Morte, alterações da situação conjugal do indivíduo, eminente despedimento, doença de uma pessoa próxima, alteração na situação financeira, alteração nas responsabilidades do trabalho, mudança de residência, mudança dos hábitos diários). Além disso devem ser capazes de debater os resultados e

consequências de um comportamento ou estilo de vida não saudável.

Devem ainda saber reconhecer as doenças mais comuns em Moçambique e como podem ser prevenidas.

Abordagem na geração das evidências de avaliação

O processo de ensino-aprendizagem deste módulo deve ser activo e centrado no estudante. Os estudantes terão de levar a cabo diversas actividades contendo elementos de habilidades pessoais de introspecção, discussão, observação e interpretação como parte integrante das habilidades chave do módulo. Uma introdução explicando as actividades será útil para assegurar que o estudante compreende a natureza e o objectivo do trabalho que vai realizar. O foco principal são exercícios práticos relacionados com a vida real.

Os grupos de trabalho/discussão devem ser pequenos para facilitar as actividades práticas e a participação individual deverá ser encorajada para dar ao estudante a oportunidade de usar e se familiarizar com as aptidões a adquirir. Quando se justifique, o formador poderá utilizar exercícios feitos em sala como evidências de avaliação.

Métodos e instrumentos de avaliação

Resultado de Aprendizagem 1

Produto: O formando usa a informação resultante do preenchimento de instrumentos de autoconhecimento realizada durante as aulas para listar os seus traços de identidade e personalidade, os pontos fortes e pontos de melhoria, valores e prioridades, indicar onde põe o seu centro de controlo, as influências que os outros possam ter em si, a relação entre o seu comportamento e os seus valores e prioridades e as estratégias que usa para manter uma atitude positiva e aumentar a sua autoconfiança.

Resultado de Aprendizagem 2

Evidência escrita ou oral: Lista características de empreendedores de sucesso e explica a importância da criatividade. Produto: Preenchimento do instrumento de autoavaliação dos seus traços empreendedores e plano de desenvolvimento de competências de empreendedor.

Resultado de Aprendizagem 3

Evidência escrita ou oral dos critérios de desempenho de a) a e):

Tomando como base a sua própria família ou casos conhecidos da sua comunidade expõe as diferenças entre os papéis desempenhados por homens e mulheres e explica qual poderá ser a influência prática desses papéis na sua vida pessoal e profissional ou empresarial. Deve ainda dar exemplos de atitudes que desafiam os preconceitos de género e de benefícios de uma sociedade igualitária.

Resultado de Aprendizagem 4

Evidência escrita ou oral

O formando expõe exemplos de atitudes responsáveis e exemplos de atitudes irresponsáveis. Para os exemplos de atitudes responsáveis explica quais são os benefícios de agir dessa forma e para os exemplos de atitudes irresponsáveis quais podem ser as consequências.

Resultado de Aprendizagem 5

Evidência escrita ou oral

Com base no teste de personalidade financeira realizado em sala, identifica a sua personalidade financeira e explica o que a caracteriza; de uma lista, distingue correctamente gastos por necessidade de gastos por desejo; enumera táticas para assegurar escolhas mais racionais; explica como ter sonhos e projectos ajuda uma pessoa a poupar e

dá exemplos de regras para definir prioridades financeiras

Resultado de Aprendizagem 6

Evidência escrita ou oral:

Expõe práticas de comportamento saudável, sinais que permitem aferir o estado de saúde de uma pessoa, sinais de *stress* e possíveis causas, doenças comuns em Moçambique e formas de prevenção e possíveis consequências de comportamentos não saudáveis

Necessidades Especiais

Em certos casos, evidências requeridas modificadas podem ser produzidas por uma escola ou centro de ensino para certificação de formandos com necessidades especiais. Contudo, se a modificação ocorrer, ela não deve diluir a qualidade das especificações do módulo. Em todos os casos as modificações devem ser sujeitas à aprovação pela ANEP.

Referências consultadas

1. Boog, Gustavo e Boog, Madalena. (2008). Com-Viver em Equipa: Construindo Relacionamentos Sustentáveis. São Paulo: M.Books do Brasil Edi
2. Dias, Fernando. (2004). Relações Grupais e Desenvolvimento Humano. Lisboa: Instituto Piaget
3. <http://heloisacapelas.com.br/ebooks/eBook-7-passos-autoconhecimento.pdf>
4. https://www.saudedafamilia.org/clinica/artigos/a_importancia_do_autoconhecimento.pdf,
5. https://www.academia.edu/23944674/O_AUTOCONHECIMENTO_COMO_M%C3%89TODO_ESPEC%C3%8D_FICO_NA_BUSCA_DE_NOSSO_CENTRO
6. <https://www.afard.net/publications/manuals-guidelines-and-project-reports/147-entrepreneurship-and-life-skills-dev/file>
7. Katz, Bernard. (1993). Comunicação: Poder da Empresa. Lisboa: Clássica Editora
8. Kuczmarski, Thomas e Kuczmarski, Susan. (1999). Liderança Baseada em Valores: Reconstruindo o Compromisso, o Desempenho e a Produtividade do Empregado. São Paulo: Educator
9. Martins, Vera. (2005). Seja Assertivo: Como Conseguir mais Autoconfiança e firmeza na sua vida profissional e pessoal. Rio de Janeiro: 9ª Edição, Elsevier
10. Palladino, Connie (2007). Como Desenvolver a Auto-Estima: um Guia para o Sucesso. Rio de Janeiro: Qualitymark

© Copyright ANEP 2020

Este módulo é propriedade da ANEP e de uso exclusivo por instituições, por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins ou motivos sem a autorização expressa do Diretor-geral da ANEP

3.2 UC HG013002: Planear e preparar o seu futuro

Registo da Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Planear e preparar o seu futuro	
Descrição da Unidade de Competência: No final deste módulo o formando deve ser capaz de: Definir os seus objectivos pessoais para a vida; Explorar diferentes oportunidades para o seu futuro; Realizar um plano de poupança; Planear actividades e gerir o tempo; Planear recursos; Definir um problema e identificar as alternativas de solução; Demonstrar compreensão sobre comportamento de risco; e Demonstrar compreensão sobre o HIV, outras doenças e os seus efeitos.			
Código:	UC HG01302201	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Subcampo:	Habilidades para a Vida
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	CrITÉRIOS de Desempenho	Contextos de Aplicação
1. Definir objectivos pessoais	a) Define objectivos pessoais b) Elabora um plano para alcançar objectivos pessoais c) Indica instrumentos e sistema de monitoria da implementação dos planos d) Identifica as suas habilidades e requisitos necessários para o desenvolvimento pessoal	Os objectivos pessoais incluem sem limitar os contextos: sociais, profissionais, educacionais, financeiros e de saúde Alguns elementos na definição do plano: incluir metas e objectivos, Priorização, recursos disponíveis e necessários; limitações/riscos Metas devem ser SMART: Específico; Mensurável; Alcançável; Realístico; Limitado no tempo
	Evidências requeridas	
	Produto De acordo com um modelo predefinido: Define objectivos e metas SMART Elabora um plano para alcançar os objectivos Elabora o respetivo sistema de monitoria	
2. Explorar diferentes oportunidades para o seu futuro	a) Explora e lista diferentes oportunidades para o futuro b) Identifica as melhores oportunidades/opções de futuro para si tendo em conta o seu perfil e competências c) Lista e descreve os métodos e procedimentos eficazes para procura de oportunidades	Diferentes oportunidades de futuro podem ser: criar o seu próprio negócio, arranjar um emprego formal, etc. As oportunidades devem garantir fontes de rendimento que os formandos podem ter para sustentar a sua vida/ do seu agregado familiar
	Evidências requeridas	

Elementos de Competência	CrITÉrios de Desempenho	Contextos de Aplicação
	Evidência escrita ou oral Evidência de que o formando compreende os conteúdos expressos nos critérios de desempenho de a) a c).	Métodos/Formas de procura de oportunidades incluem, mas sem limitar: Contactos pessoais, de familiares ou de amigos; anúncios em jornais ou websites; serviços ou agências de emprego; centros de emprego
3. Realizar um plano de poupança	a) Explica o conceito, os objectivos e as diferentes formas de poupar b) Explica as vantagens e desvantagens das diferentes formas de poupança c) Compreende que ter sonhos e projectos estimula a poupança d) Lista e descreve as dificuldades de poupar e) Identifica diferentes estratégias para conseguir poupar f) Explica a relevância de ter um plano de poupança g) Cria um plano de poupança	Para atingir objetivos financeiros precisa de: Disciplina financeira; ter um plano de poupança; ter um plano de gastos; utilizar formas eficazes de poupança Formas de poupança: Guardar dinheiro em casa, fazer Xitique, ter uma conta poupança no banco, ter contas móveis (ex.: M-Pesa, E-Mola, MKesh), ter poupanças em cooperativas/associações de poupança; guardar o dinheiro com amigos de confiança; poupança em espécie (i.e. valor guardado em bens materiais) etc. Quanto mais informal o método, mais arriscado. O banco cria procedimentos de segurança para preservar/ garantir as poupanças Poupar permite-nos guardar um valor ao longo do tempo. Exemplos de destinos da poupança: construir ou melhorar a casa, melhorar os negócios, atender emergências pessoais (despesa de saúde inesperada, acidentes, etc.), atender emergências do negócio (inundações, fogo, roubo), reforma
	Evidências requeridas	
	Evidência escrita ou oral O formando explica o conceito, a finalidade e relevância da poupança, as diferentes formas existentes para poupar e respectivas vantagens e desvantagens, as estratégias para fazer poupanças e razões da dificuldade de poupar Produto O formando elabora um plano de poupança	
	a) Explica as vantagens de uma boa gestão de tempo	Um plano completo, sem limitar, deve ter: actividades, recursos, tempo

Elementos de Competência	CrITÉRIOS de Desempenho	Contextos de Aplicação
4. Planear actividades e gerir o tempo	b) Elabora de forma completa um plano de trabalho c) Identifica razões e implicações para ser pontual e para cumprir com os prazos estabelecidos d) Identifica dificuldades/contratempos que podem existir/surgir para o cumprimento dos prazos e) Lista e explica critérios de priorização das tarefas pessoais	necessário por actividade, cronograma de execução e responsável As tarefas podem ser relativas ao ambiente laboral, familiar ou de todas as actividades que têm lugar na vida do formando
	Evidências Requeridas	
	Evidência escrita ou oral O formando explica as vantagens de uma boa gestão de tempo, as razões e importância da pontualidade e do cumprimento de prazos, os critérios que usa para a priorização de tarefas e indica exemplos de contratempos que podem levar ao incumprimento dos prazos. Produto O formando elabora planos para pelo menos uma das semanas em que o módulo irá decorrer	
5. Planear recursos	a) Identifica os diferentes tipos de recursos necessários para um negócio b) Planifica os principais elementos operacionais do negócio c) Realiza uma estimativa de investimento necessário	Recursos operacionais podem incluir ex. insumos, equipamentos, recursos humanos Pode também ser aplicado em contexto familiar ou social
	Evidências Requeridas	
	Produto Com base num cenário de negócio hipotético realiza o planeamento de recursos operacionais e a respectiva estimativa de investimento	
6. Definir um problema e identificar as alternativas de solução	a) Explica o conceito de problema b) Utiliza técnicas ou processo de solução de problemas c) Explica técnicas de gestão positiva de problemas e reconhece os seus benefícios	

Elementos de Competência	CrITÉRIOS de Desempenho	Contextos de Aplicação
	d) Compara potenciais soluções e toma uma decisão sobre a mais apropriada numa situação específica	Explica a diferença entre um problema, um desafio e um assunto que requer uma decisão com referência a exemplos e experiências da vida real. As técnicas ou processo de solução de problemas podem incluir, mas não se limitam a: pensamento lateral e criativo, planeamento de cenários, processos de gestão de riscos, processos de pesquisa, análise FOFA, fluxograma, roda da vida e prós e contras
	Evidências Requeridas	
	Evidência escrita ou oral O formando explica com exemplos da vida real o conceito de problema, técnicas de gestão positiva que pode usar e os seus benefícios e com base num cenário hipotético usa uma das técnicas de solução de problemas para identificar possíveis soluções e compara-as para a tomada de decisão	
7. Demonstrar compreensão sobre comportamentos de risco	a) Demonstra compreensão sobre comportamentos de risco b) Reconhece a pressão dos pares como factor de vulnerabilidade c) Descreve os efeitos do álcool e outras drogas no comportamento pessoal, social e profissional d) Reconhece a importância de um equilíbrio para a vida e desenvolvimento pessoal e) Reconhece as diversas formas de violência e assédio ou abuso sexual f) Reconhece os efeitos ou consequências da violência e assédio ou abuso sexual g) Explica os métodos de prevenção e procedimentos de denúncia em casos de ocorrência de violência e/ou assédio ou abuso sexual	Comportamentos de risco podem ser associados a: relações sexuais desprotegidas, uso de drogas, álcool e outros excessos Pares podem ser: amigos, namorados, familiares, colegas Pressão dos pares pode levar a: Início prematuro de relações sexuais, relações desprotegidas, tabus, comportamentos promotores de estatuto social ligados ao álcool ou drogas, relações de poder no género Equilíbrio ao nível: Físico, psicológico, psicomotor, cognitivo, comportamental, espiritual. A violência e assédio ou abuso sexual pode se manifestar no seio familiar; social; equipa; ambiente de trabalho/profissional
	Evidências Requeridas	
	Evidência escrita ou oral Evidência de que o formando compreende e sabe explicar os conteúdos expressos nos critérios de desempenho de a) a g).	

Elementos de Competência	CrITÉRIOS de Desempenho	Contextos de Aplicação
		Formas de violência e assédio podem incluir: Física e psicológica
8. Demonstrar compreensão sobre o HIV e outras doenças com impacto na saúde pública e na produtividade	a) Demonstra compreensão sobre o HIV/Sida no sistema imunitário humano b) Lista as formas de transmissão da infecção pelo HIV c) Indica mitos, crenças e preconceitos que dificultam a adopção de práticas sexuais seguras e outras condutas preventivas d) Lista as práticas sexuais seguras para evitar a infecção pelo HIV e) Explica os procedimentos a seguir em casos de suspeita de infecção com HIV f) Demonstra compreensão sobre os efeitos de HIV/SIDA g) Demonstra compreensão sobre os dispositivos legais para casos de pessoas que vivem com HIV h) Explica a importância e os métodos de prevenção de outras doenças com impacto na saúde pública, saúde sexual e reprodutiva da mulher i) Identifica estratégias para gerir de forma eficaz as doenças e circunstâncias específicas de género (ex. gravidez, ciclo menstrual) de forma a minimizar o impacto na produtividade	Situações de risco: Transfusões de sangue e uso de drogas Práticas sexuais seguras: Sexo com apenas um parceiro, sexo com utilização de preservativo Formas de transmissão da infecção pelo HIV: através de relações sexuais desprotegidas, através da passagem directa de sangue infectado com HIV de uma pessoa para outra, através da passagem do HIV de uma mãe infectada para o seu filho Os efeitos devem abranger a vida pessoal; familiar; produtividade empresarial e economia do país em geral Alguns feitos de HIV/SIDA: morbilidade/mortalidade; vulnerabilidade/pobreza na família; filhos órfãos; baixa renda familiar; baixa produtividade empresarial; Doenças crónicas com impacto na saúde privada e pública ex.: Malária; tuberculose; tensão arterial; diabetes etc. No domínio da saúde sexual e reprodutiva da mulher, situações específicas referem-se a por ex.: ciclo menstrual e sua gestão, gravidez
	Evidências requeridas	
	Evidência escrita ou oral Evidência de que o formando compreende e sabe explicar os conteúdos expressos nos critérios de desempenho de a) a i).	

UC HG013002: Planear e preparar o seu futuro

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte da especificação do módulo deve ser considerada como um guia de apoio e nenhuma das secções é obrigatória.

Número de horas normativas: 20 horas

A duração deste módulo é baseada no tempo estimado como necessário para atingir os objectivos estabelecidos. O tempo total estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto, avaliação e de trabalho independente

Justificação do módulo

Este módulo introduz ao formando a necessidade de, em qualquer actividade da sua vida, explorar diferentes possibilidades, planificar e preparar-se para que tenha um rumo claro que vai de encontro aos seus objectivos pessoais. Deve igualmente garantir que o formando reconheça que a vida lhe imporá doenças, problemas, barreiras e obstáculos que o formando deve saber prevenir ou ponderar as alternativas de forma a conseguir superá-los.

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem

É muito importante que os conteúdos deste módulo sejam praticados e exemplificados com casos da vida real e partindo dos próprios formandos. Os conteúdos deste módulo podem ser exemplificados com casos de estudo que sirvam de exemplo. Deverão tanto quanto possível interpretar factos comprovados e actuais. O foco principal da aprendizagem está na operacionalização dos seus resultados de aprendizagem os quais focalizam o desenvolvimento de práticas, atitudes e competências tais como: a definição de objectivos pessoais, a exploração de diversas possibilidades e oportunidades, a realização de planos de poupança, a realização de planos para melhor planear actividades e gerir o tempo, a realização de planos para gerir recursos, saber identificação de alternativas de resolução de problemas bem como demonstrar compreensão sobre comportamentos de risco e acções de prevenção contra o HIV e outras doenças. Os tópicos devem ser discutidos nas aulas e a troca de experiências entre os formandos sobre situações por eles vivenciadas deve ser promovida. Este módulo é adequado para os formandos que entram na educação profissional independentemente do ponto de entrada.

Resultado de Aprendizagem 1 (Nº de horas estimado: 3 horas)

O formando deve praticar a definição de objectivos e metas pessoais SMART em termos de educação/formação, de trabalho/carreira, finanças, família, saúde, entre outros âmbitos. Deve reflectir sobre a importância de estabelecer metas e objectivos para auto motivação de curto prazo e direccionamento da vida a longo prazo. Após a reflexão e estabelecimento das metas e objectivos deve elaborar um plano de como alcançá-los e monitorar a sua concretização.

Resultado de Aprendizagem 2: (Nº de horas estimado: 3 horas)

Os formandos devem desenvolver a capacidade de explorar as várias oportunidades para o seu futuro e de que forma podem sustentar-se a si e/ou ao seu agregado familiar.

Devem ainda debater os métodos mais eficazes para obter informações sobre essas oportunidades, nomeadamente oportunidades de emprego e identificar as melhores opções de futuro em função das suas competências.

Resultado de Aprendizagem 3: (Nº de horas estimado: 3 horas)

O formando deve compreender o conceito de poupança e reflectir sobre os seus objectivos. Os formandos devem debater diferentes formas de poupança e as respetivas vantagens e desvantagens; devem praticar, criando um plano de poupança pessoal. O formador deve discutir com os formandos estratégias eficazes de poupança e táticas para reduzir as dificuldades de poupar, partindo da experiência dos formandos. Deve ainda criar actividades que permitam posicionar os sonhos e projectos dos formandos como motores de poupança.

Resultado de Aprendizagem 4: (Nº de horas estimado: 2 horas)

Os formandos devem aprender com exemplos práticos a necessidade e vantagens da planificação e uso efectivo do tempo. O foco principal da sessão devem ser exercícios práticos de planificação, durante os quais os formandos deverão: Identificar tarefas a realizar no seu dia-a-dia; priorizar as tarefas de forma lógica; levantar de forma completa os recursos necessários para executar cada tarefa; e definir metas temporais de concretização tendo em conta o tempo necessário para cada tarefa. O formador deve explicar que é possível fazer vários tipos de planos a nível temporal (plurianuais; anuais; semestrais; trimestrais; mensais, semanais e diários) e de natureza (ex. plano de actividades pessoais, de trabalho). O formador deve promover debates entre os estudantes sobre o processo de implementação, gestão, monitoria e avaliação dos planos e/ou discutir potenciais factores internos e externos que possam afectar a execução dos planos (ex. insuficiência ou ineficiência de recursos; falta de organização, emergências não planificadas, etc.). O formador deve ainda testar a capacidade dos formandos de adaptar o seu planeamento a tarefas não previstas, e explorar em conjunto com eles possíveis consequências do incumprimento de prazos e estratégias de como evitar ou endereçar essas situações.

Resultado de Aprendizagem 5 (Nº de horas estimado: 2 horas)

O formando deve aprender a planear recursos, nomeadamente através de exemplos onde tem de planear os recursos operacionais necessários de um dado empreendimento ou negócio: O formando deve ainda aprender a realizar uma estimativa alto nível de investimento necessário. O formador pode também explorar com os formandos exemplos de planeamento de recursos ao nível do agregado familiar.

Será importante que os formandos compreendam que a planificação operacional deve ser precedida da definição de objectivos e que para a planificação pode ajudar segmentar em departamentos ou secções. A informação produzida nos planos é imprescindível para a elaboração do orçamento familiar/ do negócio ou estimativas de investimento necessários.

Resultado de Aprendizagem 6: (Nº de horas estimado: 2 horas)

O formando deve compreender o conceito de problema e saber ilustrá-lo partindo de exemplos reais da sua vida; Além disso, deve praticar as diversas formas e etapas para solução de problemas. O formador deve ainda promover debates entre os estudantes sobre técnicas de gestão positiva de problemas e quais os seus benefícios.

Resultado de Aprendizagem 7: (Nº de horas estimado: 2 horas)

Os formandos devem discutir entre si exemplos de comportamentos de risco para que possam estar alerta para estes comportamentos na sua vida. Devem ser capazes de reconhecer a pressão de pares como factor de risco e saber quais as suas possíveis consequências e como devem enfrentá-las. Devem reconhecer o consumo de álcool, de tabaco e de outras drogas legais e não legais como comportamentos de risco e discutir o efeito que podem ter na sua vida social e profissional. Durante a sessão, os formandos devem ainda discutir diferentes formas de violência e assédio ou abuso sexual, os seus efeitos e formas de prevenção e procedimentos de denúncia.

Resultado de Aprendizagem 8: (Nº de horas estimado: 3 horas)

O formando deve compreender o que é o HIV e Sida e o seu impacto no sistema imunitário e vida pessoal e profissional. Deve aprender como este se transmite, que práticas pode adoptar para prevenir a infecção e o que deve fazer em caso de suspeita de infecção. O formador pode explorar com os estudantes aspectos como o teste Elisa, limitações do teste, estágios da doença, esperança de vida e custo dos medicamentos. O formador deve promover uma discussão entre os estudantes que permita desconstruir mitos, crenças e preconceitos no âmbito do HIV/ SIDA e sobre os dispositivos legais que existem ou deveriam existir para quem vive com HIV ou outras doenças.

Os mesmos tópicos devem ser discutidos para outras doenças comuns no país (ex. malária)

O formador deve ainda abordar outros aspectos da vida dos estudantes que muitas vezes afectam a produtividade, por exemplo no caso das mulheres, terem de gerir o seu ciclo menstrual ou gravidezes em paralelo com o trabalho.

Abordagem na geração das evidências de avaliação

O processo de ensino-aprendizagem deste módulo deve ser activo e centrado no estudante. Os estudantes terão de levar a cabo várias actividades contendo elementos de habilidades pessoais de planificação, comparação, interpretação, e

simulações como parte integrante das habilidades chave do módulo. Uma introdução explicando as actividades a realizar será útil para assegurar que o estudante compreende a natureza e o objectivo do trabalho. Será necessário reunir antes das sessões todo o conjunto de recursos didácticos ex: modelos/ templates de planos

Quando se justifique, o formador poderá utilizar exercícios feitos em sala como evidências de avaliação.

Métodos e instrumentos de avaliação

Resultado de Aprendizagem 1

Produto: O formando deve, a partir de um modelo predefinido, apresentar um plano de objectivos SMART, no qual especifica, embora de forma simplificada, os objectivos pessoais, metas e indicação de como e quando vai alcançá-las a curto, médio e longo prazo. As metas devem indicar várias componentes/contextos como a profissional, financeira, social, etc. Deve ainda elaborar o respectivo sistema de monitoria identificando indicadores para medir a consecução das metas

Resultado de Aprendizagem 2

Evidência oral ou escrita: O formando lista diferentes oportunidades para o seu futuro, ajustadas ao seu perfil e competências e indica métodos eficazes para obter mais informações sobre essas oportunidades

Resultado de Aprendizagem 3

Produto: Elabora um plano de poupança pessoal

Evidência escrita ou oral: explica o conceito e a relevância de poupar e diferentes formas para fazer poupança. Enumera motivos pelos quais poupar é difícil e estratégias para as ultrapassar

Resultado de Aprendizagem 4

Evidência escrita ou oral: O formando deve expor vantagens de uma boa gestão de tempo e possíveis consequências de má gestão de tempo. Expõe ainda situações em que não conseguiu cumprir o seu plano e como o adaptou e os critérios que usa para a priorização de tarefas.

Produto: Cada formando deve manter e partilhar para efeitos da avaliação um plano semanal e o formador deve avaliar através do preenchimento das listas de verificação.

Resultado de Aprendizagem 5

Produto: Com base num cenário de negócio hipotético ou real, o formando planifica os principais elementos operacionais do mesmo e realiza uma estimativa de investimento.

Resultado de Aprendizagem 6

Evidência escrita ou oral: explica, com exemplos da vida real, o conceito de problema e técnicas de gestão positiva. Com base num cenário hipotético dado explora várias soluções para um problema e toma uma decisão comparando as diversas opções

Resultado de Aprendizagem 7

Evidência escrita ou oral: o formando identifica comportamentos de risco, as suas consequências. O formando é também capaz de identificar diferentes formas de violência, os seus efeitos e formas de prevenção ou denúncia. As evidências podem ser recolhidas em sessões de debate em sala sobre os assuntos.

Resultado de Aprendizagem 8

Evidência escrita ou oral: o formando explica em que consiste o HIV e SIDA, e de que forma pode ser transmitido e prevenido. O formando expõe ainda possíveis formas de como a doença tem impactos ou implicações na vida pessoal, social e

profissional ou empresarial. Escolhe outra doença/ circunstância específica de género abordada na sessão e repete o mesmo exercício

Necessidades Especiais

Em certos casos, evidências requeridas modificadas podem ser produzidas por uma escola ou centro de ensino para certificação de formandos com necessidades especiais. Contudo, se a modificação ocorrer, ela não deve diluir a qualidade das especificações do módulo. Em todos os casos as modificações devem ser sujeitas à aprovação pela ANEP.

Referências consultadas

1. Amorim, Dário. (2006) 51 Dicas para a conquista da automotivação: o caminho mais curto para o sucesso. Rio de Janeiro: Qualitymark.
2. Danny, Richard. (1998) Motivação para vencer: técnicas comprovadas para um melhor desempenho. Lisboa: Clássica Editora.
3. Dias, Fernando. (2004) —Relações Grupais e Desenvolvimento HumanoII Lisboa: Instituto Piaget
4. Sequeira, J. (2003). Desenvolvimento pessoal. Lisboa: 4ª ed., Monitor.

© Copyright ANEP 2020

Este módulo é propriedade da ANEP e de uso exclusivo por instituições por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins ou motivos sem a autorização expressa do Diretor-geral da ANEP

3.3 UC HG023001 Usar a língua Inglesa em situações sociais, pessoais e profissionais

Registo de Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Usar a língua Inglesa em situações sociais, pessoais e profissionais	
Descrição da Unidade de Competência: O candidato adquire competências de linguagem, a um nível elementar, requeridas para comunicar em língua Inglesa de acordo com as necessidades pessoais e profissionais.			
Código:	UC HG023001	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Sub Campo:	Inglês
Data de registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	CrITÉrios de Desempenho	Contextos de Aplicação
Cumprimentar e apresentar-se a outras pessoas, formal e informalmente	Pergunta o nome a outro e diz o seu nome e apelido. Apresenta-se e cumprimenta outros, formal e informalmente. Usa expressões corteses.	Cumprimentar e apresenta-se numa variedade de ambientes, formal e informal, na sala de aulas e em situações sociais e profissionais.
	Evidências Requeridas	Formal: profissional, local de trabalho, sala de aula.
	O candidato deve demonstrar uma compreensão e habilidade de usar apropriadamente formas de se apresentar e despedir, de cumprimentar e expressar num ambiente social e profissional.	Informal: ocasiões sociais com amigos.
Interagir com outros, partilhar e pedir informação	Partilha e solicita informação. Comunica necessidades e desejos pessoais. Conduz uma conversa simples. Pergunta e diz onde alguém ou alguma coisa está localizada. Identifica partes de um edifício.	Troca de informação numa variedade de ambientes. Partilha e solicitação de informação: oral, escrita, cara a cara, por telefone
	Evidências Requeridas	
	O candidato deve demonstrar compreensão e habilidade para comunicar claramente e concisamente informação usando linguagem apropriada num ambiente profissional	
Preencher formulários que requerem informação pessoal e profissional	Preenche formulários que requerem informação pessoal. Escreve parágrafos curtos sobre si próprio, a escola e o local de trabalho.	Um conjunto completo de formulários que requerem informação simples pessoal e profissional.
	Evidências Requeridas	Parágrafos curtos usando informação contida dos formulários.
	O candidato deve demonstrar uma compreensão e habilidades para preencher formulários e escrever	

Elementos de Competência	Critérios de Desempenho	Contextos de Aplicação
	parágrafos curtos usando gramática e pontuação apropriadas.	Formulários: hotel, emigração, outros relacionados com a área vocacional.

UC HG023001 Usar a língua Inglesa em situações sociais, pessoais e profissionais

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte da especificação do módulo deve ser considerada como um guia de apoio e nenhuma das secções é obrigatória.

Número de horas normativas: 20 horas

O tempo total estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto e horas de trabalho individual.

Justificação do módulo:

Este módulo tem como objectivo capacitar os candidatos a adquirir competência de linguagem, a um nível elementar, requeridos para usar o Inglês para comunicar e ir ao encontro de necessidades pessoais em ambientes sociais e profissionais. Ele deve guiar o candidato para a aquisição de habilidades genéricas em contextos de linguagem comum, ajudando o candidato a estabelecer e manter relações sociais e de trabalho. Esta unidade tem ênfase na interpretação e uso do Inglês falado todos os dias e em contextos vocacionais. Ele está desenhado para ir ao encontro das necessidades de uma larga gama de candidatos.

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem (Resultados de aprendizagem 1, 2 e 3)

Numa unidade de comunicação, o conteúdo/contexto é melhor definido em termo de situações; meios e actividades através dos quais as habilidades relacionadas com os resultados de aprendizagem são praticados e desenvolvidos. Este módulo deve providenciar as seguintes oportunidades:

- Usar a língua Inglesa com uma variedade de objectivos com um balanço entre usos produtivos e receptivos, apropriadas as necessidades individuais dos candidatos. Por exemplo, dar informação sobre si próprio, o ambiente que o rodeia, o local de trabalho: oralmente e por escrito.
- Usar a língua Inglesa numa gama de ambientes pessoais, sociais e vocacionais. Por exemplo, fazer uma chamada telefónica pessoal ouvir instruções e notícias.
- Ouvir uma variedade de mensagens que cobrem uma gama de assuntos e formas de comunicação sobre tópicos que são familiares ao candidato em termos de formato, assunto, vocabulário e objectivo.
- Usar uma variedade de formas de comunicação oral directa ou não. Por exemplo usar o telefone, comunicar num grupo, conversar com outra pessoa.
- Preencher formulários que requerem informação pessoal e profissional, escrever parágrafos curtos respondendo à informação solicitada nos formulários.

Abordagem na geração das evidências de aprendizagem e nos critérios de avaliação

O ensino-aprendizagem neste módulo deve ser activo e centrado no candidato. Os candidatos devem ter a oportunidade de planificar e tomar decisões por eles próprios, mostrar iniciativa e independência e trabalhar em grupos. A indução às actividades deve assegurar que os candidatos têm uma compreensão clara da natureza e

objectivo do trabalho.

Devem ser realizadas uma série de actividades, algumas em pequenos grupos e outras com toda a turma. Estas actividades devem providenciar oportunidades de usar a língua Inglesa em situações reais para objectivos reais e podem ser parte de projectos ou exercícios práticos deste módulo ou retirados de actividades de outros módulos vocacionais ou contextos sociais.

As turmas devem suficientemente pequenas para permitir a realização de actividades práticas desta natureza e permitir que os candidatos sejam envolvidos nas actividades que desafiam as suas capacidades e oferecem tanto a oportunidade de sucesso como o risco de falhar.

Recomenda-se que o horário dos módulos de Inglês seja organizado em blocos com tempo suficiente para permitir que os candidatos se engajem em combinações realísticas de comunicação tanto dentro como fora da escola/centro de ensino.

As oportunidades de refazer, rever, e avaliar pelos candidatos, pelos colegas e pelo formador, devem ser vistas como uma característica essencial de todas as actividades formativas.

Os planos analíticos e de aulas devem ser desenhados no sentido de engajar os candidatos num uso variado e objectivado de habilidades de linguagem inter-relacionadas. As unidades podem ter duração variável e podem permitir diferentes abordagens de ensino-aprendizagem. Recomenda-se que estas unidades sejam negociadas e planificadas numa forma em que as evidências requeridas pela avaliação sejam geradas no decurso do trabalho normal e não durante um exercício separado e individualizado.

O trabalho de grupo deve ser encorajado pois dá oportunidades aos candidatos de praticar e ganhar experiência prática da cooperação necessária na vida real, particularmente em situações vocacionais. Contudo, trabalho completado pelos candidatos como membros do grupo ou num projecto de grupo deve ser realizado sem a ajuda de outros membros do grupo, quando esse mesmo trabalho é submetido como evidência na avaliação sumativa do candidato.

Combinando módulos de “Inglês” com outros módulos:

O conteúdo de outros módulos pode ser usado para providenciar actividades que envolvam prática e desenvolvimento de habilidades de comunicação. Os módulos de Inglês podem ser desenhados numa forma cruzada com outros módulos e terem como objectivo desenvolver habilidades de comunicação em contextos extraídos de outros módulos.

Porque a comunicação em Inglês é um assunto nuclear, é importante que, o mais possível, a ênfase da área vocacional esteja reflectido no ensino das componentes de comunicação. É também importante que os formadores de Inglês trabalhem com os seus colegas dos módulos vocacionais para discutir oportunidades de avaliação que permitam a avaliação cruzada de módulos.

A determinação de desempenho satisfatório para cada resultado de aprendizagem indica o mínimo requerido para cumprir com o objectivo da avaliação sumativa. Contudo, o número de actividades realizadas pelo candidato não devia estar limitado apenas a esses resultados especificados.

Os formadores devem distinguir entre os seus diferentes papéis na avaliação formativa e sumativa. Na formativa, toda a ajuda e suporte requerida pelo candidato pode ser legitimamente dada pelo formador. Tarefas que tem a

vão ser parte das evidências para a avaliação sumativa devem ser completadas pelo candidato sem ajuda. Contudo, devia ser aceitável que o formador chame a atenção do candidato para um erro geral em relação a um critério de desempenho particular ou redireccionar o candidato durante a realização da tarefa.

Métodos e instrumentos de avaliação

Os Centros de ensino deveriam tomar nota do seguinte, antes de desenhar os instrumentos de avaliação:

Objectivo. Em certa medida o objectivo da comunicação estará definido nos contextos de aplicação. Contudo, é razoável esperar que o candidato não só irá identificar a objectivo principal do texto, i.e. providenciar informação, mas também irá mostrar que tem consciência do contexto no qual esta informação é dada, por exemplo num noticiário televisivo, num vídeo de treino, etc.

Convenções. A comunicação falada escolhida para avaliação sumativa deveria claramente incorporar as características e convenções apropriadas a cada forma particular, por exemplo, se o candidato está a ouvir a uma parte do noticiário da televisão; o grau de formalidade, a escolha de vocabulário e o estilo da linguagem são típicos desse tipo de comunicação.

Resultado de Aprendizagem 1 e 2

A evidência oral do desempenho da habilidade do candidato de tomar parte em conversas simples pode ser avaliada na forma de um áudio/vídeo ou numa lista de verificação/observação.

Evidência deve se providenciada da participação do candidato em pelo menos 2 conversas simples sobre assuntos definidos. Estas conversas deviam providenciar oportunidades para os candidatos darem e obterem informação e trocarem ideias. Uma conversa devia ser a dois e a outra devia ser num pequeno grupo.

Algum encorajamento e direcção podem ser dados pelo formador a este nível. A audibilidade, tom de voz, volume da voz, expressões faciais e linguagem corporal devem ser também observadas.

Resultado de Aprendizagem 3

O candidato deve produzir 4 evidências escritas sobre diferentes assuntos relacionados com o ambiente social e a área vocacional do candidato. Duas evidências devem ser formulários preenchidos e as outras duas devem ser parágrafos curtos com não mais do que 150 palavras.

Todo o material deve ser preciso, completo e relevante para o assunto e objectivo. Deve obedecer as convenções estabelecidas. Todo o material deve ser escrito à mão.

Necessidades Especiais

Em certos casos, evidências requeridas modificadas podem ser produzidas por uma escola ou Centro de ensino para certificação de candidatos com necessidades especiais. Contudo, se a modificação ocorrer, ela não deve diluir a qualidade das especificações do módulo. Em todos os casos as modificações devem ser sujeitas à aprovação pela ANEP.

Referências

-
1. "COMMUNICATION SKILLS 1" – Unit Ref: U2005905 – Botswana
 2. "COMMUNICATION 1" – Unit Ref: 7110015 - SQA-SCOTTISH QUALIFICATIONS AUTHORITY

3. English for Speakers Other Languages – Unit Ref: NSWTESL312A – Australia. The Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. - Council of Europe - Cambridge University Press, UK

© Copyright PIREP 2008

Este módulo é um esboço para uso apenas pela ANEP e pelas instituições por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins ou motivos sem a autorização expressa do Director-Geral da ANEP.

3.4 UC HG023002 Comunicar informação relacionada com o trabalho, em língua Inglesa

Registo da Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Comunicar informação relacionada com o trabalho, em língua Inglesa	
Descrição da Unidade de Competência: O candidato adquire competências de linguagem, a um nível elementar, requeridas para solicitar e providenciar informação relacionada com o trabalho.			
Código:	UC HG023002	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Sub Campo:	Inglês
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	CrITÉrios de Desempenho	Contextos de Aplicação
Trocar opiniões e relatar factos relacionados com o trabalho	Faz afirmações e requerimentos simples relacionados com o seu próprio trabalho. Faz perguntas e dá repostas sobre o seu trabalho e o de outros. Realiza e participa em conversações de trabalho simples.	Tipos de comunicação: comunicação falada que combina conteúdos factuais com factos afirmados claramente, pontos de vista ou sentimentos. Nível de dificuldade: todo o vocabulário será familiar ao candidato; a comunicação terá uma estrutura simples. Grau de detalhe: contendo vários itens de informação.
	Evidências Requeridas	
	O candidato deve demonstrar a habilidade de manter uma interacção profissional simples de acordo com os critérios de desempenho e os contextos de aplicação.	
Preparar-se para usar língua Inglesa oralmente em conteúdos vocacionais específicos num cenário relacionado com o trabalho	Identifica o objectivo do comunicado oral. Identifica o contexto do comunicado. Identifica definições e significados especializados.	Tipos de comunicados orais incluem: Anúncios e instruções. Aulas. Apresentações. Noticiários. Debates e discussões. Conversações telefónicas. Entrevistas para emprego.
	Evidências Requeridas	
	O candidato deve demonstrar habilidade de identificar tipos diferentes de comunicados.	
Usar língua Inglesa oralmente num cenário relacionado com o trabalho	Usa estrutura retórica apropriada. Usa pronúncia compreensível. Usa dicas não-verbais apropriadas. Usa estratégias apropriadas de interagir com os outros para atingir resultados no local de trabalho.	O contexto de aplicação deste elemento de competência está expresso completamente nos critérios de desempenho
	Evidências Requeridas	

Elementos de Competência	Critérios de Desempenho	Contextos de Aplicação
	O candidato deve mostrar habilidade de discutir e fazer apresentações sobre tópicos que lhe são familiares.	

MO HG023002 Comunicar informação relacionada com o trabalho, em língua Inglesa

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte da especificação do módulo deve ser considerada como um guia de apoio e nenhuma das secções é obrigatória.

Número de horas normativas: 20 horas

O tempo total estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto e horas de trabalho individual.

Justificação do módulo:

Este módulo tem como objectivo capacitar os candidatos a adquirir competência de linguagem, a um nível elementar, requeridos para usar o Inglês para comunicar e ir ao encontro de necessidades pessoais e profissionais. Ele deve guiar o candidato para a aquisição de habilidades genéricas em contextos de linguagem comum, ajudando o candidato a estabelecer e manter relações sociais e de trabalho. Esta unidade tem ênfase na interpretação e uso do Inglês falado todos os dias e em contextos vocacionais. Ele está desenhado para ir ao encontro das necessidades de uma larga gama de candidatos e utilizadores.

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem (Resultados de aprendizagem 1, 2 e 3)

Numa unidade de comunicação, o conteúdo/contexto é melhor definido em termo de situações; meios e actividades através dos quais as habilidades relacionadas com os resultados de aprendizagem são praticados e desenvolvidos. Este módulo deve providenciar as seguintes oportunidades:

- Usar a língua Inglesa com uma variedade de objectivos com um balanço entre usos produtivos e receptivos apropriados às necessidades individuais dos candidatos. Por exemplo, dar informação, descrever sentimentos, argumentar e persuadir, dar assistência, juntar informação, perguntar.
- Usar a língua Inglesa numa gama de ambientes pessoais, sociais e vocacionais. Por exemplo, fazer uma chamada telefónica pessoal, fazer planos num grupo, ouvir e dar instruções.
- Ouvir uma variedade de mensagens que cobrem uma gama de necessidades. Por exemplo, usar o telefone, trabalhar num grupo, ouvir um orador, ouvir noticiários na rádio ou televisão. Items de comunicação oral adequados a uma avaliação sumativa deverão lidar com tópicos que são familiares ao candidato em termos de formato, assunto, vocabulário e objectivo.
- Usar uma variedade de formas de comunicação oral. Por exemplo usar o telefone, comunicar num grupo, tomar parte numa entrevista, fazer uma apresentação, fazer um relatório.

Abordagem na geração das evidências de avaliação

O ensino aprendizagem neste módulo deve ser activo e centrado no candidato. Os candidatos devem ter a oportunidade de planificar e tomar decisões por eles próprios, mostrar iniciativa e independência e trabalhar cooperativamente em grupos. A indução às actividades deve assegurar que os candidatos têm uma compreensão clara da natureza e objectivo do trabalho.

Devem ser realizadas uma serie de actividades, algumas em pequenos grupos e outras com toda a classe. Estas actividades devem providenciar oportunidades de usar a língua Inglesa em situações reais para objectivos reais e podem ser parte de projectos ou exercícios práticos deste módulo ou retirados de actividades de outros módulos vocacionais ou contextos sociais.

As turmas devem suficientemente pequenas para permitir a realização de actividades práticas desta natureza e permitir que os candidatos sejam envolvidos nas actividades que desafiam as suas capacidades e oferecem tanto a oportunidade de sucesso como o risco de falhar.

Recomenda-se que o horário dos módulos de Inglês seja organizado em blocos com tempo suficiente para permitir que os candidatos se engajem em combinações realísticas de comunicação tanto dentro como fora da escola/centro de ensino.

As oportunidades de refazer, rever, e avaliar pelos candidatos, pelos colegas e pelo formador, devem ser vistas como uma característica essencial de todas as actividades formativas.

Os planos analíticos e de aulas devem ser desenhados no sentido de engajar os candidatos num uso variado e objectivado de habilidades de linguagem inter-relacionadas. As unidades podem ter duração variável e podem permitir diferentes abordagens de ensino-aprendizagem. Recomenda-se que estas unidades sejam negociadas e planificadas numa forma em que as evidências requeridas pela avaliação sejam geradas no decurso do trabalho normal e não durante um exercício separado e individualizado.

O trabalho de grupo deve ser encorajado pois dá oportunidades aos candidatos de praticar e ganhar experiência prática da cooperação necessária na vida real, particularmente em situações vocacionais. Contudo, trabalho completado pelos candidatos como membros do grupo ou num projecto de grupo deve ser realizado sem a ajuda de outros membros do grupo, quando esse mesmo trabalho é submetido como evidência na avaliação sumativa do candidato.

Combinando módulos de “Inglês” com outros módulos:

O conteúdo de outros módulos pode ser usado para providenciar actividades que envolvam prática e desenvolvimento de habilidades de comunicação. Os módulos de Inglês podem ser desenhados numa forma cruzada com outros módulos e terem como objectivo desenvolver habilidades de comunicação em contextos extraídos de outros módulos.

Porque a comunicação em Inglês é um assunto nuclear, é importante que, o mais possível, a ênfase da área vocacional esteja reflectido no ensino das componentes de comunicação. É também importante que os formadores de Inglês trabalhem com os seus colegas dos módulos vocacionais para discutir oportunidades de avaliação que permitam a avaliação cruzada de módulos.

A determinação de desempenho satisfatório para cada resultado de aprendizagem indica o mínimo requerido para cumprir com o objectivo da avaliação sumativa. Contudo, o número de actividades realizadas pelo candidato não devia estar limitado a esses especificados.

Os formadores devem distinguir entre os seus diferentes papéis na avaliação formativa e sumativa. Na formativa, toda a ajuda e suporte requerida pelo candidato pode ser legitimamente dada pelo formador. Tarefas que tem a ver com a avaliação sumativa devem ser completadas pelo candidato sem ajuda. Contudo, devia ser aceitável que o formador chame a atenção do candidato para um erro geral em relação a um critério de desempenho particular ou redireccionar o candidato durante a realização da tarefa.

Métodos e instrumentos de avaliação

As escolas ou Centros de ensino deveriam tomar nota do seguinte, antes de desenhar os instrumentos de avaliação:

Objectivo. Em certa medida o objectivo da comunicação estará definido nos contextos de aplicação. Contudo, é razoável esperar que o candidato não só irá identificar a objectivo principal do texto, i.e. providenciar informação, mas também irá mostrar que tem consciência do contexto no qual esta informação é dada, por exemplo num noticiário televisivo, num vídeo de treino, etc.

Convenções. A comunicação falada escolhida para avaliação sumativa deveria claramente incorporar as características e convenções apropriadas a cada forma particular, por exemplo, se o candidato está a ouvir a uma parte do noticiário da televisão; o grau de formalidade, a escolha de vocabulário e o estilo da linguagem são típicos desse tipo

de comunicação.

Resultados de Aprendizagem 1 a 3

A evidência do desempenho da habilidade do candidato de tomar parte em discussões pode ser avaliada na forma de um áudio/vídeo ou numa lista de verificação/observação.

Evidência dever se providenciada da participação do candidato em pelo menos 2 discussões sobre assuntos directos. Estas discussões deviam providenciar oportunidades para os candidatos darem e obterem informação e trocarem ideias. Uma discussão devia ser a dois e a outra devia ser num pequeno grupo.

Algum encorajamento e direcção podem ser dados pelo formador a este nível. A audibilidade, tom de voz, volume da voz, expressões faciais e linguagem corporal devem ser também observadas.

Necessidades Especiais

Em certos casos, evidências requeridas modificadas podem ser produzidas por uma escola ou Centro de ensino para certificação de candidatos com necessidades especiais. Contudo, se a modificação ocorrer, ela não deve diluir a qualidade das especificações do módulo. Em todos os casos as modificações devem ser sujeitas à aprovação pela ANEP.

Referências

1. "COMMUNICATION SKILLS 1" – Unit Ref: U2005905 – Botswana
2. "COMMUNICATION 1" – Unit Ref: 7110015 - SQA-SCOTTISH QUALIFICATIONS AUTHORITY
3. English for Speakers Other Languages – Unit Ref: NSWTESL312A – Australia. The Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. - Council of Europe - Cambridge University Press, UK
4. The Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. - Council of Europe - Cambridge University Press, UK

© Copyright PIREP 2008

Este módulo é um esboço para uso apenas pela ANEP e pelas instituições por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins ou motivos sem a autorização expressa do Director-Geral da ANEP.

3.5 UC HG023003 Ler e responder a materiais escritos na língua Inglesa

Registo de Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Ler e responder a materiais escritos na língua Inglesa	
Descrição da Unidade de Competência: O candidato adquire competências de linguagem, a um nível elementar, requeridos para compreender anúncios, instruções escritas e outros materiais escritos relacionados com a sua profissão.			
Código:	UC HG023003	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Sub Campo:	Inglês
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	Crítérios de Desempenho	Contextos de Aplicação
Preparar-se para ler textos vocacionais específicos na língua Inglesa	Identifica o objectivo de textos. Identifica o contexto de textos. Identifica definições e significados especializados.	Distinção de características numa variedade de formas literárias Especializado: relacionado com a área vocacional
	Evidências Requeridas	
	O candidato deve demonstrar habilidade de identificar diferentes tipos de géneros de leitura.	
Ler e seguir textos simples da área vocacional específica, escritos em língua Inglesa	“Skim” e “Scan” textos. Lê para extrair os pontos e ideias principais. Lê para encontrar detalhes relevantes. Usa o conhecimento de vocabulário, gramática e estrutura do texto para interpretar o significado. Interpreta diagramas, gráficos e textos usando imagens visuais.	O contexto de aplicação deste elemento de competência está completamente expresso nos critérios de desempenho.
	Evidências Requeridas	
	O candidato deve demonstrar uma compreensão providenciando as respostas apropriadas a cada tarefa.	

MO HG023003 Ler e responder a materiais escritos na língua Inglesa

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte da especificação do módulo deve ser considerada como um guia de apoio e nenhuma das secções é obrigatória.

Número de horas normativas: 20 horas

O tempo total estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto e horas de trabalho individual.

Justificação do módulo:

Este módulo tem como objectivo capacitar os candidatos a adquirir competência de linguagem, a um nível elementar, requeridos para usar o Inglês para comunicar e ir ao encontro de necessidades pessoais em ambientes sociais e profissionais. Ele deve guiar o candidato para a aquisição de habilidades genéricas em contextos de linguagem comum, ajudando o candidato a estabelecer e manter relações de trabalho. Esta unidade tem ênfase na interpretação e uso de textos escritos em inglês em contextos vocacionais. Ele está desenhado para ir ao encontro das necessidades de uma larga gama de candidatos.

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem (Resultados de aprendizagem 1 e 2)

Numa unidade de comunicação, o conteúdo/contexto é melhor definido em termo de situações; meios e actividades através dos quais as habilidades relacionadas com os resultados de aprendizagem são praticados e desenvolvidos. Este módulo deve providenciar as seguintes oportunidades:

- Olhar para uma gama de comunicação escrita usada no campo vocacional – por exemplo manuais de instrução, livros, brochuras, prospectos, folhetos, material de divulgação, sinais públicos e anúncios.
- Identificar o objectivo do texto, e o contexto em que aquela informação é usada – por exemplo um aviso, uma instrução, um convite.
- Praticar várias estratégias de leitura e habilidades linguísticas para compreender e interpretar diferentes tipos de textos

Abordagem na geração das evidências de aprendizagem e nos critérios de avaliação

O ensino aprendizagem neste módulo deve ser activo e centrado no candidato. Os candidatos devem ter a oportunidade de planificar e tomar decisões por eles próprios, mostrar iniciativa e independência e trabalhar cooperativamente em grupos. A indução às actividades deve assegurar que os candidatos têm uma compreensão clara da natureza e objectivo do trabalho.

Devido à natureza do módulo, que é centrado na leitura, as actividades devem ser principalmente realizadas de forma individual, mas algumas podem ser realizadas em pequenos grupos ou com toda a turma no que diz respeito a cooperação, ou colaboração e partilha de experiências. Estas actividades devem providenciar oportunidades de ler textos na língua Inglesa em situações reais para objectivos reais e podem ser combinadas com actividades de outros módulos vocacionais. As turmas devem suficientemente pequenas para permitir a realização de actividades práticas desta natureza e permitir que os candidatos sejam envolvidos nas actividades que desafiam as suas capacidades e oferecem tanto a oportunidade de sucesso como o risco de falhar.

Recomenda-se que o horário dos módulos de Inglês seja organizado em blocos com tempo suficiente para permitir que os candidatos se engajem em combinações realísticas de comunicação tanto dentro como fora da escola/centro de ensino. As oportunidades de refazer, rever, e avaliar pelos candidatos, pelos colegas e pelo formador, devem ser vistas como uma característica essencial de todas as actividades formativas.

Os planos analíticos e de aulas devem ser desenhados no sentido de engajar os candidatos num uso variado e objectivo de habilidades de linguagem inter-relacionadas. As unidades podem ter duração variável e podem permitir diferentes abordagens de ensino-aprendizagem. Recomenda-se que estas unidades sejam negociadas e planificadas numa forma

em que as evidências requeridas pela avaliação sejam geradas no decurso do trabalho normal e não durante um exercício separado e individualizado.

O trabalho de grupo deve ser encorajado pois dá oportunidades aos candidatos de praticar e ganhar experiência prática da cooperação necessária na vida real, particularmente em situações vocacionais. Contudo, trabalho completado pelos candidatos como membros do grupo ou num projecto de grupo deve ser realizado sem a ajuda de outros membros do grupo, quando esse mesmo trabalho é submetido como evidência na avaliação sumativa do candidato.

Combinando módulos de “Inglês” com outros módulos:

O conteúdo de outros módulos pode ser usado para providenciar actividades que envolvam prática e desenvolvimento de habilidades de comunicação. Os módulos de Inglês podem ser desenhados numa forma cruzada com outros módulos e terem como objectivo desenvolver habilidades de comunicação em contextos extraídos de outros módulos.

Porque a comunicação em Inglês é um assunto nuclear, é importante que, o mais possível, a ênfase da área vocacional esteja reflectido no ensino das componentes de comunicação. É também importante que os formadores de Inglês trabalhem com os seus colegas dos módulos vocacionais para discutir oportunidades de avaliação que permitam a avaliação cruzada de módulos.

A determinação de desempenho satisfatório para cada resultado de aprendizagem indica o mínimo requerido para cumprir com o objectivo da avaliação sumativa. Contudo, o número de actividades realizadas pelo candidato não devia estar limitado a esses resultados especificados.

Os formadores devem distinguir entre os seus diferentes papéis na avaliação formativa e sumativa. Na formativa, toda a ajuda e suporte requerida pelo candidato pode ser legitimamente dada pelo formador. Tarefas que tem a ver com a avaliação sumativa devem ser completadas pelo candidato sem ajuda. Contudo, devia ser aceitável que o formador chame a atenção do candidato para um erro geral em relação a um critério de desempenho particular ou redireccionar o candidato durante a realização da tarefa.

Métodos e instrumentos de avaliação

As escolas ou Centros de ensino deveriam tomar nota do seguinte, antes de desenhar os instrumentos de avaliação:

Objectivo. Em certa medida o objectivo da comunicação estará definido nos contextos de aplicação. Contudo, é razoável esperar que o candidato não só irá identificar a objectivo principal do texto, i.e. providenciar informação, mas também irá mostrar que tem consciência do contexto no qual esta informação é dada.

Convenções. A comunicação falada escolhida para avaliação sumativa deveria claramente incorporar as características e convenções apropriadas a cada forma particular, por exemplo, se o candidato está a ouvir a uma parte do noticiário da televisão; o grau de formalidade, a escolha de vocabulário e o estilo da linguagem são típicos desse tipo de comunicação.

Resultados de Aprendizagem 1 a 2

A evidência do desempenho da habilidade do candidato de ler e seguir textos simples em Inglês específicos do campo vocacional pode ser trabalhos, monografias, relatórios, extratos de livros ou artigos, cartas e outros.

Evidência deve ser providenciada da leitura do candidato em pelo menos 2 tipos de textos e da identificação do objectivo e contexto do texto; extrair os pontos e ideias principais do texto e usar a informação no trabalho oral de avaliação.

Necessidades Especiais

Em certos casos, evidências requeridas modificadas podem ser produzidas por uma escola ou Centro de ensino para certificação de candidatos com necessidades especiais. Contudo, se a modificação ocorrer, ela não deve diluir a qualidade das especificações do módulo. Em todos os casos as modificações devem ser sujeitas à aprovação pelo PIREP.

Referências

-
1. “COMMUNICATION SKILLS 1” – Unit Ref: U2005905 – Botswana
 2. “COMMUNICATION 1” – Unit Ref: 7110015 - SQA-SCOTTISH QUALIFICATIONS AUTHORITY

3. English for Speakers Other Languages – Unit Ref: NSWTESL312A – Australia. The Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. - Council of Europe - Cambridge University Press, UK
4. The Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. - Council of Europe - Cambridge University Press, UK

© Copyright PIREP 2008

Este módulo é um esboço para uso apenas pela ANEP e pelas instituições por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins ou motivos sem a autorização expressa do Director-Geral da ANEP.

3.6 UC HG023004 Produzir materiais escritos na língua Inglesa

Registo de Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Produzir materiais escritos na língua Inglesa	
Descrição da Unidade de Competência: O candidato adquire competências de linguagem, a um nível elementar, requeridas para compreender e escrever materiais relacionados com a sua profissão.			
Código:	UC HG023004	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Sub Campo:	Inglês
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	CrITÉrios de Desempenho	Contextos de Aplicação
Preparar-se para produzir textos vocacionais específicos escritos na língua Inglesa	Identifica o objectivo de textos. Identifica o contexto de textos. Identifica definições e significados especializados.	Distinção entre características de uma variedade de formas literárias. Especializado: relacionado com a sua área vocacional.
	Evidências Requeridas	
	O candidato deve demonstrar habilidade de identificar diferentes tipos escrita na sua área vocacional.	
Escrever textos da área vocacional específica	Usa o “layout” apropriado. Usa a estrutura retórica apropriada. Organiza as fases de textos. Usa instrumentos coesivos apropriados. Usa o vocabulário e a gramática apropriadamente Usa ortografia e pontuação padrão.	Produção de uma variedade de textos simples relacionados com a área profissional: Descrições Narrativas Relatórios Cartas
	Evidências Requeridas	
	Os candidatos devem demonstrar habilidade de produzir uma variedade de textos específicos da sua área vocacional.	

UC HG023004 Produzir materiais escritos na língua Inglesa

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte da especificação do módulo deve ser considerada como um guia de apoio e nenhuma das secções é obrigatória.

Número de horas normativas: 20 horas

O tempo total estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto e horas de trabalho individual.

Justificação do módulo:

Este módulo tem como objectivo capacitar os candidatos a adquirir competência de linguagem, a um nível elementar, requeridos para usar o Inglês para comunicar e ir ao encontro de necessidades pessoais e profissionais. Ele deve guiar o candidato para a aquisição de habilidades genéricas em contextos de linguagem comum, ajudando o candidato a estabelecer e manter relações sociais e de trabalho. Esta unidade tem ênfase na interpretação e uso do Inglês escrito em contextos vocacionais. Ele está desenhado para ir ao encontro das necessidades de uma larga gama de candidatos e utilizadores.

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem (Resultados de Aprendizagem 1 e 2)

Numa unidade de comunicação, o conteúdo/contexto é melhor definido em termo de situações; meios e actividades através dos quais as habilidades relacionadas com os resultados de aprendizagem são praticados e desenvolvidos. Este módulo deve providenciar as seguintes oportunidades:

- Olhar para uma gama de comunicação escrita usada no campo vocacional – por exemplo manuais de instrução, livros, brochuras, prospectos, folhetos, material de divulgação, sinais públicos e anúncios.
- Produzir evidencia escrita relevante para assuntos directos. Assuntos directos são aqueles que são rotina para o candidato e ocorrem comumente no ambiente em que ele/a vive ou trabalha. Exemplos de comunicação escrita sobre assuntos directos incluem cartas, memos, relatórios e folhetos.
- Itens de comunicação escrita adequadas para a avaliação sumativa lidarão com tópicos que são familiares para o candidato em termos de formato, assunto, vocabulários e objectivo.

Abordagem na geração das evidências de avaliação

O ensino aprendizagem neste módulo deve ser activo e centrado no candidato. Os candidatos devem ter a oportunidade de planificar e tomar decisões por eles próprios, mostrar iniciativa e independência e trabalhar cooperativamente em grupos. A indução às actividades deve assegurar que os candidatos têm uma compreensão clara da natureza e objectivo do trabalho.

Devem ser realizadas uma serie de actividades, algumas em pequenos grupos e outras com toda a classe. Estas actividades devem providenciar oportunidades de usar a língua Inglesa em situações reais para objectivos reais e podem ser parte de projectos ou exercícios práticos deste módulo ou retirados de actividades de outros módulos vocacionais ou contextos sociais.

As turmas devem suficientemente pequenas para permitir a realização de actividades práticas desta natureza e permitir que os candidatos sejam envolvidos nas actividades que desafiam as suas capacidades e oferecem tanto a oportunidade de sucesso como o risco de falhar.

Recomenda-se que o horário dos módulos de Inglês seja organizado em blocos com tempo suficiente para permitir

que os candidatos se engajem em combinações realísticas de comunicação tanto dentro como for a da escola/centro de ensino.

As oportunidades de refazer, rever, e avaliar pelos candidate, pelos colegas e pelo formador, devem ser vistas como uma característica essencial de toas as actividades formativas.

Os planos analíticos e de aulas devem ser desenhados no sentido de engajar os candidatos num uso variado e objectivado de habilidades de linguagem inter-relacionadas. As unidades podem ter duração variável e podem permitir diferentes abordagens de ensino-aprendizagem. Recomenda-se que estas unidades sejam negociadas e planificadas numa forma em que as evidências requeridas pela avaliação sejam geradas no decurso do trabalho normal e não durante um exercício separado e individualizado.

O trabalho de grupo deve ser encorajado pois dá oportunidades aos candidatos de praticar e ganhar experiência prática da cooperação necessária na vida real, particularmente em situações vocacionais. Contudo, trabalho completado pelos candidatos como membros do grupo ou num projecto de grupo deve ser realizado sem a ajuda de outros membros do grupo, quando esse mesmo trabalho é submetido como evidência na avaliação sumativa do candidato.

Combinando módulos de “Inglês” com outros módulos:

O conteúdo de outros módulos pode ser usado para providenciar actividades que envolvam prática e desenvolvimento de habilidades de comunicação. Os módulos de Inglês podem ser desenhados numa forma cruzada com outros módulos e terem como objectivo desenvolver habilidades de comunicação em contextos extraídos de outros módulos.

Porque a comunicação em Inglês é um assunto nuclear, é importante que, o mais possível, a ênfase da área vocacional esteja reflectido no ensino das componentes de comunicação. É também importante que os formadores de Inglês trabalhem com os seus colegas dos módulos vocacionais para discutir oportunidades de avaliação que permitam a avaliação cruzada de módulos.

A determinação de desempenho satisfatório para cada resultado de aprendizagem indica o mínimo requerido para cumprir com o objectivo da avaliação sumativa. Contudo, o número de actividades realizadas pelo candidato não devia estar limitada a esses especificados.

Os formadores devem distinguir entre os seus diferentes papéis na avaliação formativa e sumativa. Na formativa, toda a ajuda e suporte requerida pelo candidato pode ser legitimamente dada pelo formador. Tarefas que tem a vão ser parte das evidencias para a avaliação sumativa devem ser completadas pelo candidate sem ajuda. Contudo, devia ser aceitável que o formador chame a atenção do candidato para um erro geral em relação a um critério de desempenho particular ou redireccionar o candidato durante a realização da tarefa.

Métodos e instrumentos de avaliação

As escolas ou Centros de ensino deveriam tomar nota do seguinte, antes de desenhar os instrumentos de avaliação:

Objectivo. Em certa medida o objectivo da comunicação estará definido nos contextos de aplicação. Contudo, é razoável esperar que o candidato não só irá identificar a objectivo principal do texto, i.e. providenciar

informação, mas também irá mostrar que tem consciência do contexto no qual esta informação é dada.

Convenções. A comunicação escrita escolhida para avaliação sumativa deveria claramente incorporar as características e convenções apropriadas a cada forma particular, por exemplo, se o candidato está a ouvir a uma parte do noticiário da televisão; o grau de formalidade, a escolha de vocabulário e o estilo da linguagem são típicos desse tipo de comunicação.

Resultados de Aprendizagem 1 e 2

A evidência do desempenho da habilidade do candidato de escrever efectivamente pode ser na forma de um teste ou portefólio.

Evidência dever se providenciada da redacção pelo candidato de pelo menos 2 trabalhos escritos relevantes.

Necessidades Especiais

Em certos casos, evidências requeridas modificadas podem ser produzidas por uma escola ou Centro de ensino para certificação de candidatos com necessidades especiais. Contudo, se a modificação ocorrer, ela não deve diluir a qualidade das especificações do módulo. Em todos os casos as modificações devem ser sujeitas à aprovação pelo PIREP.

Referências

1. “COMMUNICATION SKILLS 1” – Unit Ref: U2005905 – Botswana
2. “COMMUNICATION 1” – Unit Ref: 7110015 - SQA-SCOTTISH QUALIFICATIONS AUTHORITY
3. English for Speakers Other Languages – Unit Ref: NSWTESL312A – Australia. The Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. - Council of Europe - Cambridge University Press, UK
4. The Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. - Council of Europe - Cambridge University Press, UK

© Copyright PIREP 2008

Este módulo é um esboço para uso apenas pela ANEP e pelas instituições por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins ou motivos sem a autorização expressa do Director-Geral da ANEP.

3.7 UC HG03301171 Resolver problemas económicos simples da vida pessoal e da comunidade

Registo de Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Resolver problemas económicos simples da vida pessoal e da comunidade	
Descrição da Unidade de Competência: Nesta unidade o candidato fica apto a resolver problemas simples do dia-a-dia relacionados com custos, receitas e lucros, usando um modelo matemático.			
Código:	UC HG03301171	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Sub Campo:	Matemática
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	Critérios de Desempenho	Contextos de Aplicação
Efectua cálculos com números reais.	a. Identifica os vários conjuntos de números que constituem os números reais: conjunto dos números naturais, dos racionais, dos inteiros e dos irracionais. b. Representa na recta graduada números reais. c. Efectua cálculos com números negativos, inteiros e não inteiros. d. Efectua cálculos com números irracionais. e. Resolve equações e inequações lineares.	Operações no conjunto dos números reais: adição, subtracção, multiplicação, divisão, potenciação e radiciação. Extractos da História da Matemática, relativos ao desenvolvimento dos conjuntos de números. Recta graduada. Equações e inequações lineares.
	Evidências Requeridas	
	Para os Critérios de Desempenho a) - d): Evidência escrita de que o candidato distingue os vários conjuntos de números, de que é capaz de os representar na recta graduada e de que realiza correctamente cálculos (adição, subtracção, multiplicação, divisão e potenciação) com números reais, inteiros e não inteiros, positivos e negativos, racionais e irracionais, tal como está descrito nos critérios de desempenho. Para o Critério de Desempenho e): Evidência escrita de que o candidato é capaz de resolver equações e inequações lineares, indicando previamente se elas têm solução.	
	a. Discute e resolve equações do 2º grau.	Equações e inequações do 2º grau.

Elementos de Competência	CrITÉrios de Desempenho	Contextos de Aplicação
Resolve equações e inequações do 2º grau	b. Estudar e representa graficamente funções quadráticas. c. Discute e resolve inequações do 2º grau.	Problemas conducentes a equações e inequações do 1º e do 2º grau. Problemas representados por funções quadráticas.
	Evidências Requeridas	
	Para o Critério de Desempenho a): Evidência escrita de que o candidato é capaz de fazer o estudo de equações do 2º grau, indicando previamente se elas têm soluções e de que é capaz de encontrar estas suas soluções, caso existam. Para o Critério de Desempenho b): Evidência de que o candidato é capaz de realizar o estudo de funções quadráticas, indicando o domínio, o contradomínio, os zeros, o sinal, a monotonia e os extremos e que, com base nestainformação, é capaz de construir o respectivo gráfico. Para o Critério de Desempenho c): Evidência escrita de que o candidato é capaz de fazer o estudo e resolver analítica e graficamente inequações do 2º grau, utilizando as competências indicadas no critério de desempenho b) e apresentando o conjunto das soluções quer usando sinais de desigualdade, quer usando a notação de intervalos.	
Resolve problemas que envolvem custos, receitas e lucros	a. Exprime e interpretar situações correntes usando variáveis e símbolos matemáticos. b. Resolve problemas simples relacionados com custos, receitas e lucros	Problemas simples do dia-a-dia relacionados com pequenos negócios, expressos por meio de equações e inequações do 1º e do 2º grau.
	Evidências Requeridas	
	Para o critério de desempenho a): Evidência escrita de que o candidato é capaz de traduzir para linguagem matemática enunciados de problemas simples do dia-a-dia, relacionados com custos, receitas e lucros, escolhendo as variáveis a utilizar e indicando o intervalo de variação dessas variáveis. Para o critério de desempenho b): Evidência escrita de que o candidato é capaz de resolver os problemas acima referidos e de analisar criticamente a validade das soluções obtidas.	

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte das especificações do módulo constitui um guia de apoio. Nenhuma das secções destas Informação complementar tem carácter obrigatório.

Horas Normativas:

O tempo estimado para aquisição das capacidades, conhecimento e habilidades deste módulo é de 20 horas normativas.

Propósito:

Com este módulo o candidato fica apto a investigar, resolver e avaliar as soluções encontradas para problemas económicos simples, de interesse pessoal e/ou comunitário, sugerindo, com a utilização de modelos matemáticos, medidas para rentabilizar os negócios envolvidos.

A fim de poder levar a cabo os objectivos acima indicados, o candidato fica também apto a efectuar cálculos no conjunto dos números reais, a resolver equações e inequações lineares e do 2º grau e a fazer o estudo de funções lineares e quadráticas.

Guião do Conteúdo e Contexto:

Prevê-se que o candidato já esteja familiarizado com a utilização de variáveis e seja capaz de exprimir, por meio de expressões matemáticas, pequenas expressões/condições dadas por extenso.

Para além das situações mais simples, o candidato analisará outras um pouco mais complexas, em que, num mesmo gráfico, compara uma função que representa os custos do negócio com outra que representa as receitas, determinando, por exemplo, os intervalos de variação do lucro.

Para o Resultado de Aprendizagem nº 1:

O candidato deve efectuar cálculos usando todos os subconjuntos de números que constituem o conjunto de números reais. Deve ser dada ênfase aos números irracionais e ao cálculo envolvendo radicais (com o mesmo índice, com índices diferentes, com o mesmo radicando e com radicandos diferentes). As propriedades das operações envolvendo potências e radicais devem ser treinadas. O candidato deve realizar estes cálculos manualmente, usando as propriedades, mas também os deve realizar usando máquina de calcular. Deve comparar os resultados obtidos pelas duas vias, fazendo a distinção entre resultado exacto e resultado aproximado.

Assim, por exemplo, pode-se indicar que o candidato:

- dada uma lista de números reais, identifique os naturais, os inteiros, os racionais e os irracionais;
- represente na recta graduada números reais dados sendo uns números inteiros positivos e negativos, outros números racionais positivos e negativos dados na forma fraccionária e na forma decimal, outros ainda números irracionais;
- calcule o valor de expressões matemáticas envolvendo números positivos e negativos, inteiros e fraccionários e as quatro operações básicas;
- traduza para a forma de potência números irracionais dados na forma de radicais;
- adicione, subtraia, multiplique e divida radicais com o mesmo índice, com índices diferentes, com o mesmo radicando

e com radicandos diferentes;

- calcule o valor de expressões matemáticas envolvendo todos os números conhecidos particularmente irracionais dados na forma de radical (por ex., $\sqrt{2}$, $\sqrt{3}$, $\sqrt{5}$), positivos e negativos.

Para os Resultados de Aprendizagem nº 2 e nº3:

O principal objectivo destes Resultados de Aprendizagem é analisar e resolver problemas económicos simples. Porém, para tal, é necessário que o candidato:

- resolva, analítica e graficamente, equações e inequações lineares e do 2º grau;
- faça o estudo de funções lineares e quadráticas;
- represente graficamente estas funções;
- interprete o gráfico destas funções.

Em relação aos problemas económicos, eles devem versar situações comuns do dia-a-dia. O candidato deve fazer a distinção clara entre “receita” e “lucro”. É importante que não sejam colocados problemas já “tratados e arranjados” em que, por exemplo, a função “Custo de Produção” e a função “Receita” já estão dadas. Pelo contrário, devem ser colocadas as situações como elas aparecem no quotidiano e o candidato deve ser capaz de exprimir por meio de equações, inequações ou funções as várias condições a satisfazer e, a seguir, já com o modelo matemático, fazer o estudo do mesmo. Um exemplo pode ser:

“Uma senhora tem uma barraca onde vende bolachas. Ela paga de aluguer da barraca, 1000,00 Mt por mês. Ela compra as bolachas a 7,00 Mt o pacote e vende o mesmo pacote a 10,00 Mt. Paga, pelo transporte dos pacotes de bolachas, a quantia de 50 cêntimos do metical, por pacote. Quantos pacotes de bolachas deve vender durante um mês, para conseguir um lucro igual a 2000,00 Mt ao fim desse mês? Supondo que consegue vender essa quantidade de bolachas por mês, de quanto é a Receita mensal?”

Para resolver este exemplo, o candidato deverá:

- definir as variáveis a utilizar;
- escrever a expressão matemática que representa o “Custo” em função da variável independente definida;
- escrever a expressão matemática que representa a “Receita” em função da variável independente definida;
- escrever a expressão matemática que representa o “Lucro” (está-se a falar de lucro simples, igual à diferença entre receita e custo) em função da variável independente definida;
- escrever a expressão (uma inequação neste caso) que indica a condição colocada;
- resolver a inequação;
- avaliar a solução obtida;
- dar a resposta.

Em exemplos como este, é importante que se faça também uma abordagem gráfica, em que o candidato representa graficamente as funções Custo e Receita e encontra o ponto que corresponde a um lucro de 2000,00 Mt. A seguir, deve comparar a resolução analítica e a gráfica.

Abordagem para Geração de Evidência

A abordagem para geração de evidência é essencialmente escrita, em que se avalia essencialmente o produto. Para além da resolução do problema propriamente dito, é pedido ao candidato que analise o problema supondo a alteração de algumas condições ou dados.

Procedimentos de Avaliação

Em relação ao Resultado de Aprendizagem nº.1:

Teste escrito individual, a ser realizado na presença do avaliador, com formulário próprio em que o candidato:

- entre 10 números reais dados, identifique os naturais, os inteiros, os racionais e os irracionais;
- representa na recta graduada 10 números reais dados, sendo uns números inteiros positivos e negativos, outros números racionais positivos e negativos dados na forma fraccionária e na forma decimal, outros ainda números irracionais;
- indica o resultado exacto do cálculo do valor numérico de quatro expressões simples envolvendo radicais. Entre as 4 expressões devem estar contempladas as quatro operações básicas e números dados com radicais de diferentes índices e diferentes radicandos;
- indica o resultado exacto do cálculo do valor numérico de quatro expressões simples envolvendo potências de números dados através de radicais;
- indica o resultado aproximado, com aproximação até às centésimas, usando a máquina de calcular, do valor numérico de duas expressões envolvendo as quatro operações básicas e a potenciação entre números irracionais;
- determina a solução de duas equações do 1º grau, sendo que uma tem uma solução e a outra não.
- determina a solução de três inequações do 1º grau, sendo que duas têm soluções e a outra não.

Em relação ao Resultados de Aprendizagem nº.2:

Teste escrito individual, a ser realizado na presença do avaliador, com formulário próprio em que o candidato:

- estuda três equações do 2º grau, em termos de existência de soluções (das equações dadas, a primeira deve ter duas soluções reais diferentes, a segunda deve ter somente uma solução real e a terceira, tem nenhuma solução real);
- determina a solução das equações do 2º grau acima estudadas;
- estuda três funções quadráticas dadas (uma com concavidade virada para cima e duas com concavidade virada para baixo; as duas primeiras têm dois zeros e a terceira não tem zeros), indicando: domínio, o contradomínio, os zeros, o sinal, a monotonia e os extremos;
- representa graficamente as funções acima estudadas, utilizando a informação recolhidas sobre cada uma;
- resolve, gráfica e analiticamente, três inequações do 2º grau: uma completa e duas incompletas, sendo que uma destas não tem soluções reais;
- apresenta as soluções das inequações resolvidas, quer utilizando intervalos, quer utilizando sinais de desigualdade.

Em relação ao Resultado de Aprendizagem nº.3:

Teste escrito individual, a ser realizado na presença do avaliador, com formulário próprio em que o candidato resolve um problema económico simples, indicando claramente:

-
- as variáveis definidas;
 - o campo de variação dessas variáveis;

- as expressões matemáticas que representam cada uma das condições ou objectivos do problema;
- a solução numérica obtida;
- a representação gráfica da situação e legenda do gráfico de modo a evidenciar a solução obtida;
- a resposta, tendo em conta o campo de variação das variáveis.

Progressão

Após a conclusão deste módulo, o candidato pode aceder a qualquer nível de estudo ou actividade profissional que tenha como requisito a análise e resolução de problemas económicos do dia-a-dia.

O candidato pode constituir-se assessor das comunidades para a gestão de pequenos negócios.

Particularmente, o candidato fica apto a aceder a outros módulos ou níveis de estudo em que se desenvolva e aprofunde o estudo de problemas económicos.

Referências:

1. “Working with numbers in various contexts” – SAQA US ID – 7447 – South Africa
2. “Use mathematics to investigate and monitor the financial aspects of personal, business, national and international issues” – SAQA US ID – 7468 – South Africa
3. Matemática – Manual II – BUSCEP – Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique, 1996
4. Manual on Developing and Registering Units of Competency – PIREP – Mozambique, 1st Edition, June 2008

© Copyright PIREP 2017

Este módulo é propriedade da ANEP e de uso exclusivo das instituições, por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins sem a autorização expressa do Director Geral da ANEP.

3.8 UC HG03302171 Calcular distâncias entre pontos de difícil acesso

Registo de Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Calcular distâncias entre pontos de difícil acesso	
Descrição da Unidade de Competência: Nesta unidade o candidato fica apto a calcular distâncias entre pontos de difícil acesso.			
Código:	UC HG03302171	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Sub Campo:	Matemática
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	CrITÉrios de Desempenho	Contextos de Aplicação
I. Determina distâncias entre pontos em figuras dadas.	a) Calcula as medidas dos lados e dos ângulos de triângulos rectângulos. b) Resolve triângulos.	- Razões trigonométricas no triângulo rectângulo. - Teorema de Pitágoras. - Teorema de Tales. - Conceito e critérios de semelhança de triângulos. - Teoremas dos Senos e dos Cossenos
	Evidências Requeridas Para o Critério de Desempenho a): Evidência escrita de que o candidato, utilizando o Teorema de Pitágoras e as razões trigonométricas seno, cosseno e tangente de ângulos agudos, é capaz de calcular a medida dos lados e dos ângulos de triângulos rectângulos dados. Para o Critérios de Desempenho b): Evidência escrita de que o candidato, utilizando o conceito de semelhança de triângulos, o Teorema de Tales, o Teorema dos Senos e o Teorema dos Cossenos, é capaz de calcular a medida dos lados e dos ângulos de triângulos dados.	
II. Constrói uma figura para representar um problema e usá-la para calcular a distância entre pontos de difícil acesso.	a) Esboça uma figura para representar um problema de cálculo de distâncias entre pontos de difícil acesso. b) Determinar as distâncias acima referidas, discute e interpreta a solução.	Edifícios, árvores e postes de iluminação existentes no local.
	Evidências Requeridas Para o Critério de Desempenho a): Evidência prática e escrita de que o candidato é capaz de esboçar uma figura geométrica a partir dum enunciado. Para o Critério de Desempenho b): Evidência prática e escrita de que o candidato é capaz de utilizar esta figura para calcular distâncias entre pontos de difícil acesso em que não é possível fazer uma medição, discutir e interpretar o resultado.	

UC HG03302171 Calcular distâncias entre pontos de difícil acesso

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte das especificações do módulo constitui um guia de apoio. Nenhuma das secções destas Informação complementar tem carácter obrigatório.

Horas Normativas:

O tempo estimado para aquisição das capacidades, conhecimento e habilidades deste módulo é de 20 horas normativas.

Propósito:

Este módulo tem como principal objectivo desenvolver e aprofundar as aptidões do candidato no que respeita à interpretação do espaço físico que o rodeia. Nos Módulos MO HG 03 1001 e MO HG 03 2002, o candidato já adquiriu algumas competências relacionadas com a interpretação do espaço físico, ao fazer medições e ao calcular o perímetro e a área de figuras em 2-D e o volume e a área lateral de sólidos. Agora, no presente módulo, o candidato fica apto a calcular medidas/distâncias entre pontos de difícil acesso.

Este módulo tem ainda como objectivo desenvolver e aprofundar as aptidões do candidato no que respeita à interpretação dum enunciado e à sua tradução por uma figura geométrica.

Guião do Conteúdo e Contexto:

O presente módulo aborda as seguintes competências essenciais:

- calcular a distância entre pontos em figuras dadas;
- representar uma situação por meio duma figura geométrica;
- calcular a distância entre dois pontos de difícil acesso.

Em qualquer um dos casos, recomenda-se que se tratem situações concretas do dia-a-dia. Não basta que o candidato calcule distâncias em figuras dadas. É importante que ele desenvolva a capacidade de realizar uma análise crítica da situação, de traduzi-la por meio duma figura e de usar esta figura para calcular a distância entre pontos de difícil acesso.

É fundamental que o candidato tenha adquirido anteriormente outras competências tais como:

- estimar e fazer medições de dimensões lineares;
- utilizar correctamente o Sistema Internacional de unidades;
- efectuar manualmente cálculos no conjunto dos números reais;
- ampliar e reduzir figuras utilizando o conceito de semelhança de figuras;
- realizar cálculos utilizando máquina de calcular.

Para o Resultado de Aprendizagem nº 1:

Para calcular a distância entre pontos numa figura dada, o candidato tem que estar apto, em primeiro lugar, a aplicar os Teoremas de Pitágoras e de Tales, o conceito de semelhança de figuras e os Teoremas dos Senos e

dos Cossenos para resolver triângulos.

Assim, em termos de conteúdo deve-se abordar:

- o Teorema de Pitágoras
- as razões trigonométricas no triângulo rectângulo;
- o conceito de semelhança;
- o Teorema dos Senos;
- o Teorema dos Cossenos.

Para o Resultado de Aprendizagem nº 2:

Para calcular a distância entre pontos de difícil acesso, o candidato tem que estar apto, em primeiro lugar, a representar a situação dada por meio duma figura geométrica. Tendo esta figura, deve ser capaz de aplicar os teoremas de Geometria Plana acima referidos para calcular a medida em falta.

Os pontos de difícil acesso acima referidos devem ser pontos existentes no local, como por exemplo o cume duma montanha, o cimo uma árvore muito alta, a cobertura dum prédio, etc.

Procedimentos de Avaliação

Em relação ao Resultado de Aprendizagem nº.1:

- Teste escrito, individual, na presença do avaliador, em que o candidato:
 - dados três triângulos rectângulos e dadas as medidas de alguns lados e ângulos, calcula as medidas em falta usando o Teorema de Pitágoras ou as razões trigonométricas;
 - dados 2 pares de triângulos semelhantes dois a dois, e as medidas de alguns dos seus lados, determina as medidas dos restantes lados de cada um dos triângulos;
 - resolve 4 triângulos, sendo 2 acutângulos e 2 obtusângulos.

Em relação ao Resultado de Aprendizagem nº.2:

- Teste escrito, individual, na presença do avaliador, em que o candidato:
 - dadas três situações descritas por um texto, representa essas situações por meio duma figura geométrica, indicando as medidas conhecidas;
 - calcula as medidas em falta usando resolução de triângulos..
- Trabalho prático, individual, acompanhado de relatório escrito, em que o candidato deve calcular a altura dum prédio ou duma árvore, supondo que não lhe é possível medir aquela dimensão.

Para realizar este trabalho, é fornecida uma fita métrica ao candidato.

O candidato é informado previamente que o relatório deve incluir:

- a(s) figura(s) que ilustre(m) a situação;
- a indicação dos passos realizados para calcular a altura pedida;
- os cálculos efectuados e fórmulas utilizadas;
- a indicação da resposta.

Progressão

Após a conclusão deste módulo, o candidato pode aceder a qualquer nível de estudo ou actividade profissional que tenha como requisito o cálculo de distâncias/medidas entre lugares de difícil acesso.

Referências consultadas:

1. “Working with numbers in various contexts” – SAQA US ID – 7447 – South Africa“
2. “Apply concepts of shape, space and measurement to make decisions relative to the world around us” – SAQA US ID: 119363 – South Africa
3. “Measure, estimate and calculate physical quantities and explore, describe and represent geometrical relationship in 2-dimensions in different life or workplace contexts” – SAQA US ID: 12444 – South Africa
4. Matemática – Manual II – BUSCEP – Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique, 1996
5. Referencial de Competências - Chave – Educação e Formação de Adultos” – Agência Nacional de Educação e Formação de Adultos (ANEFA) – Portugal
6. Manual on Developing and Registering Units of Competency – PIREP – Mozambique, 1st Edition, June 2008
7. Manual de Elaboração de Módulos Curriculares – PIREP – Moçambique, 1^a Edição, Junho 2008
8. Directrizes e Regulamentos para a Avaliação Curriculares – PIREP – Moçambique, 1^a Edição,

© Copyright Junho 2008

Este módulo é propriedade da ANEP e de uso exclusivo das instituições, por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins sem a autorização expressa do Director Geral da ANEP.

3.9 UC HG04301191 Interpretar e produzir enunciados orais de carácter informativo - funcional

Registo de Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência	Interpretar e produzir enunciados orais de carácter informativo- funcional		
Descrição da Unidade de Competência: Nesta unidade o candidato adquire a competência de seleccionar informação relevante de um texto oral. O candidato participa num debate oral apresentando os seus pontos de vista e ideias ora interpelando os demais intervenientes, usando adequadamente linguagem corporal, entoação, ritmo, tom, pausas, para sublinhar as suas intervenções, tendo em conta a audiência e o seu papel no debate,			
Código:	UC HG04301191	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Sub Campo:	Português
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	CrITÉrios de Desempenho	Contextos de Aplicação
1. Retirar ideias principais de discursos ouvidos	a) Indica a ocorrência, data, intervenientes, local do acontecimento de um texto jornalístico escutado. b) Identifica o tema principal e as ideias mais relevantes de uma conferência, intervenção num debate ou discurso ouvido,	Notícias e reportagens da imprensa lida ou gravação de a partir da rádio e TV, a partir das quais se possa identificar os elementos pedidos nos critérios de desempenho. Gravações de conferências, discursos, uma intervenção num debate.
	Evidências Requeridas	
	<i>Evidências por escrito/oral</i> Evidência oral: dado um texto de natureza jornalística, o candidato indica alguns elementos como local, momento, intervenientes, ocorrência. Evidência oral: o candidato indica as ideias principais de um texto oral de natureza informativa.	
2. Identificar as ideias principais de um texto escrito	a) Selecciona a ideia principal de cada parágrafo de um texto. b) Selecciona a ideia principal de um texto.	Textos de carácter informativo como reportagens, notícias, cartas, ofícios.
	Evidências Requeridas	
	<i>Evidências por escrito/oral</i> Dado um texto informativo e um ofício, o candidato identifica a ideia principal de cada um dos textos.	

Elementos de Competência	CrITÉrios de Desempenho	Contextos de Aplicação
3. Contribuir no debate com opiniões, ideias, perguntas e esclarecimentos, adequando a linguagem à situação comunicacional.	<i>Evidências por escrito/oral</i> a) Apresenta as suas ideias e opiniões num debate sobre um tema. b) Faz perguntas pertinentes sobre o tema. c) Esclarece as suas ideias. d) Usa adequadamente linguagem gestual, entoação, ritmo, tom, pausas, altura da voz nas suas intervenções, tendo em conta a situação comunicacional.	Debate no grupo de trabalho, de até 6 elementos. Debate no grupo de até 15 elementos.
	Evidências Requeridas	
	<i>Evidências por escrito/oral</i> Evidência oral: participação num debate de 20 minutos num grupo de até 6 pessoas, no qual deve fazer 3 intervenções pertinentes. Participação num debate de 40 minutos na turma, na qual deve fazer 3 intervenções, usando adequadamente os recursos que achar pertinentes entre linguagem corporal, entoação, ritmo, tom, pausa, altura da voz	
4. Relacionar informação dada em tabelas e esquemas com um texto escrito para compilar uma tabela ou gráfico	a) Apresenta uma tabela ou um gráfico com os dados principais de um texto.	Textos informativos, com cerca de 500 palavras, que apresentem dados que variam ao longo do tempo como é o caso de dados sobre produção, população, aquisições, gastos correntes, comportamento ante o HIV/SIDA ou sua evolução, acidentes de trabalho e suas consequências
	Evidências Requeridas	
	<i>Evidências por escrito/oral</i> a) Evidência escrita: - Tabela ou gráfico compilado a partir de um texto escrito, usando processador de texto e folha de cálculo	

3.9 UC HG04301191 Interpretar e produzir enunciados orais de carácter informativo - funcional

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Número de horas normativas: 20 horas

O tempo estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto e horas de trabalho individual.

Justificação do módulo:

Este módulo pretende desenvolver no formando competência de seleccionar informação relevante de um texto oral ou escrito; redigir textos administrativos e assumir postura comportamental perante uma entrevista de emprego

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem

A partir de um conjunto de notícias e reportagens dadas, o formando retira informação relevante, respondendo a questões específicas da estrutura dos textos: quem? O quê? Onde? Quando?

O formando é confrontado com textos administrativos de registos da “vida” de uma empresa, por forma a reconhecê-los.

Num trabalho de pares ou de equipa, o professor organiza uma simulação de entrevista de emprego.

A gramática associada ao módulo, apresenta uma progressão lógica, funcionando como um instrumento de trabalho para uma comunicação competente.

Resultado de aprendizagem 1

Selecionadas algumas notícias e reportagens, que podem ser recolhidas pelos formandos, estes interpretam-nas e reconhecem a estrutura: título, subtítulos, lead, corpo. Redigem notícias a partir de acontecimentos actuais ou relacionados com a sua formação, respeitando a estrutura.

Resultado de aprendizagem 2

Devem ser criadas condições para que o formando conheça a escrita administrativa, também chamada funcional e institucional, como a Acta, a Convocatória e o Requerimento. A finalidade é que os formandos adquiram mais confiança no domínio das diferentes manifestações da língua escrita e as empresas os recebam com mais agrado por apresentarem uma preparação linguística mais variada.

Resultado de aprendizagem 3

O objectivo desta aprendizagem é munir os formandos de ferramentas que lhes permitam saber qual o comportamento a adoptar numa situação de entrevista de emprego. Através de simulações, organizam-se situações de entrevista, planificando, antecipadamente, as questões a serem colocadas.

Bibliografia consultada

1. KOTSHIO, Ricardo, *A Prática da Reportagem*, São Paulo, Ática, 1990
2. SANTOS, Antunes, *Manual dos Requerimentos*, Ediliber, Coimbra, 1990
3. CADET, Ricardo, *A Prática da Reportagem*, São Paulo, ÁTICA, 1989
4. ARAÚJO, Horácio, *et al Língua Portuguesa 7*, Lisboa, Texto Editora, 1998

Este módulo é propriedade da ANEP e de uso exclusivo das instituições, por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins sem a autorização expressa do Director Geral da ANEP.

3.10 UC HG04302191 Interpretar e produzir textos escritos de interesse quotidiano

Registo de Unidade de Competência

Título da Unidade de Competência		Interpretar e produzir textos escritos de interesse quotidiano	
Descrição da Unidade de Competência: O candidato utiliza linguagem icónica para transmitir informação. Interpreta símbolos e ícones mais comuns. O candidato preenche formulários simples como os utilizados nos postos fronteiriços, nos bancos para abertura de conta, pedido de saldo, livro de cheques e extractos de conta; o candidato identifica as ideias principais de um texto simples escrito; interpreta informação textual para compilar gráficos ou tabelas e usa informação retirada de gráficos e tabelas, para redigir um texto com cerca de 250 palavras. Usa regras elementares da escrita como ortografia, parágrafos, translineação, pontuação e revê os seus escritos com o fim de os corrigir.			
Código:	UC HG04302191	Nível do QNQP:	3
Campo:	Habilidades Genéricas	Subcampo:	Português
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	

Elementos de Competência	CrITÉRIOS de Desempenho	Contextos de AplicaÇão
Seleccionar ícones mais comuns para transmitir informação específica	Explica o contexto em que um determinado símbolo icónico é usado. Indica por escrito o significado do símbolo. Selecciona ícones específicos para mensagens determinadas. Revê o que escreveu. Corrige os erros que detectar no que escreveu.	 Símbolos usados no trânsito, em contextos laborais da especialidade, em produtos, como medicamentos, utensílios, ferramentas, equipamento, em edifícios, em procedimentos como embalagem, manuseamento, conservação.
	Evidências Requeridas	
	Evidências por escrito/oral Dados 3 símbolos explica oralmente o seu significado. Numa tabela apresenta 5 símbolos e a mensagem correspondente. Selecciona o ícone que melhor transmite 5 mensagens específicas.	
Preencher formulários simples	Preenche devidamente 8 formulários. Revê o formulário preenchido. Corrige os erros que detectar no formulário preenchido.	Formulários diversos nos quais se recolhem sobretudo os dados pessoais e alguma informação adicional, dos que se usam em postos de fronteira, bancos, hospitais, protocolos na área de especialidade.
	Evidências Requeridas	
	Evidências por escrito/oral 3 Formulários diferentes devidamente preenchidos.	
Identificar as ideias principais de um texto escrito	a) Selecciona a ideia principal de cada parágrafo de um texto. b) Selecciona a ideia principal de um texto.	Textos de carácter informativo como reportagens, notícias, cartas, ofícios
	Evidências Requeridas	
	Evidências por escrito/oral Dado um texto informativo, o candidato identifica a ideia principal.	
Escrever um texto, considerando a finalidade indicada, utilizando regras básicas da escrita	Elabora um texto a partir de dados fornecidos em tabela ou gráficos. Revê o gráfico e o texto elaborados. Corrige possíveis erros no gráfico e texto.	Textos informativos que apresentem dados que variam ao longo do tempo como é o caso de dados sobre produção, população, aquisições, gastos correntes, comportamento ante o HIV/SIDA ou sua evolução, acidentes de trabalho e suas consequências Convenções básicas da escrita a considerar: abertura de parágrafos, ortografia, translineação, pontuação.
	Evidências Requeridas	
	Evidências por escrito/oral Um texto, com cerca de 250 palavras, compilado a partir de dados de uma tabela ou um gráfico, utilizando correctamente as convenções básicas da escrita.	

Escrever correctamente um texto, considerando a finalidade indicada e utilizando regras básicas da escrita.	Escreve um texto respeitando as convenções gráficas básicas Revê o texto escrito Corrige possíveis erros no texto escrito	Textos informativos que apresentem dados que variam ao longo do tempo como é o caso de dados sobre produção, população, aquisições, gastos correntes, comportamento ante o HIV/SIDA ou sua evolução, acidentes de trabalho e suas consequências. Convenções básicas da escrita a considerar: abertura de parágrafos, ortografia, translineação, pontuação.
	Requisito de Evidências Evidências por escrito/oral Texto escrito manualmente, no resultado anterior, com cerca de 250 palavras e um máximo de 3 erros ortográficos e 3 erros de qualquer outra natureza. O mesmo texto escrito no computador com um máximo de 5 erros imputáveis à digitação/ortografia e 1 dos restantes.	

¹Aqui colocam-se 5 erros tendo em conta que, no geral, os computadores apresentam o processador de texto em língua inglesa e nem sempre dispõem de um corrector ortográfico de língua portuguesa porque se tal fosse deveriam usar o corrector gramatical e ortográfico do processador de texto e aí apenas se admitiriam 3 erros de qualquer natureza, considerando o nível dos candidatos e o facto de nem sempre todas as palavras estarem registadas no dicionário usado pelo processador de texto.

UC HG04302191 Interpretar e produzir textos escritos de interesse quotidiano

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Número de horas normativas: 20 horas

O tempo estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto e horas de trabalho individual.

Justificação do módulo:

Este módulo pretende desenvolver no formando competência comunicativa que lhe permitirá fazer uma exposição obedecendo a um plano; ler um gráfico e explicá-lo oralmente e por escrito; produzir uma instrução demonstrando o funcionamento de uma actividade ou um produto; conhecer as diferentes formas de anúncios.

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem

As exposições deverão ser planificadas, distribuindo temas pelos formandos, individualmente ou em equipas; para a leitura de gráficos, estes deverão ser apresentados pelo professor e orientada a sua leitura, levando o formando a produzir os textos explicativos; perante uma produção dos formandos, referentes às habilidades vocacionais, dever-se-á fazer uma instrução onde se explique ao funcionamento ou modo de uso de um produto; o formando deverá ser capaz de distinguir os diferentes tipos de anúncios (recortados de jornais e revistas), com destaque para anúncios de apresentação de um produto ou actividade, para que o formando elabore anúncios relacionados com a sua actividade.

A gramática associada ao módulo, apresenta uma progressão lógica, funcionando como um instrumento de trabalho para uma comunicação competente; contudo, caberá ao professor adicionar conteúdos que julgar necessários para melhor compreensão dos formandos.

Resultado de aprendizagem 1

Deve-se criar condições para que os formandos identifiquem temas para a apresentação. A apresentação deverá ser seguida ou complementada de debates visando a apreciação da mesma.

Resultado de aprendizagem 2

Devem ser criadas condições para que o formando esteja munido de gráficos legíveis, permitindo leitura fácil e posterior explicação por escrito.

Resultado de aprendizagem 3

A análise dos anúncios deverá ser feita considerando os elementos constitutivos, prestando particular atenção à imagem e ao texto.

Sugere-se que, de acordo com a área de formação, o formando produza um anúncio relativo à sua actividade.

Para cada Resultado de aprendizagem, o formando será submetido a uma avaliação do seu desempenho.

Bibliografia consultada

1. SANTOS, Antunes, 1990, *Manual dos Requerimentos*, Coimbra, Ediliber
2. ESTEVES REI, J. *Curso de Redacção II*, Porto Editora
3. CUNHA, Celso, CINTRA, Lindley, *Nova Gramática do Português Contemporâneo*, Lisboa, Sá da Costa, 1984

© Copyright PIREP 2019

Este módulo é propriedade da ANEP e de uso exclusivo das instituições, por esta, acreditadas. Não deve ser usado para

outros fins sem a autorização expressa do Director Geral da ANEP.

UC HG053001 Utilizar computador pessoal para acesso a informação e comunicação

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte da especificação do módulo deve ser considerada como um guia de apoio e nenhuma das secções é obrigatória.

Número de horas normativas: 20 horas

O tamanho deste módulo é baseado no tempo estimado como necessário para atingir os objectivos estabelecidos por um candidato que está a iniciar os primeiros contactos com a agricultura. O tempo total estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto e horas de trabalho individual.

Justificação do módulo:

Pretende-se com este módulo que o candidato adquira as habilidades necessárias ao uso diário e satisfatório do computador em diferentes situações de trabalho na área vocacional da sua formação neste nível.

Ao completar este módulo o candidato estará apto a:

- operar o computador usando o teclado e o rato
- manusear elementos do ambiente gráfico de trabalho para armazenar e organizar ficheiros de dados no computador
- navegar na Internet para pesquisa e busca de informação disponível
- usar o correio electrónico para enviar e receber mensagens e-mail, com e sem ficheiros de dados em anexo
- realizar simples apresentações electrónicas

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem

As actividades e tarefas atribuídas aos candidatos neste módulo serão de carácter essencialmente prático.

Resultado de Aprendizagem 1

Durante o processo de aprendizagem para obtenção deste resultado, algumas atitudes e comportamentos apropriados devem ser apresentados aos candidatos através de uma prática diária.

Organização do espaço de trabalho. Os candidatos devem manter uma disposição adequada do equipamento, assegurando cabos bem encaixados e acondicionados, e cabos de teclado e rato com a mobilidade necessária.

Higiene. Os candidatos devem manter o espaço de trabalho limpo, onde alimentos e bebidas não são permitidos e as poeiras são limpas diariamente. A limpeza das mãos é uma exigência para qualquer sessão de trabalho.

Saúde. Enquanto utilizadores do computador, devem manter uma postura correcta, e operar em condições de iluminação adequadas. Devem manter o equipamento bem posicionado, evitando reflexão da luz e brilho do monitor.

Segurança do equipamento. Devem dar mostras de cuidado no uso de equipamento, não o danificando nem o sujeitando a qualquer acção causadora de dano. Ao fim de cada sessão de trabalho devem deixar área de trabalho e equipamento em boas condições de utilização por outros.

Hardware. Os candidatos devem identificar partes de um computador pessoal de secretária. Onde possível, podem observar um computador portátil. Caso exista, devem reconhecer a unidade fornecedora de energia (UPS). Neste caso, devem saber que antes de iniciar uma sessão de trabalho devem ligar a fonte de energia e que após terminar a devem

desligar.

Os conceitos e a terminologia devem ser apresentados aos candidatos ao longo da unidade e à medida que deles vão necessitando para a realização das tarefas que lhe forem sendo atribuídas.

Software do sistema. Devem manusear elementos de um ambiente gráfico e desenvolver habilidades de manuseamento de teclado (“keyboard”) e rato (“mouse”). Devem exercitar, acertando calendário e relógio, configurando data e hora, mudando fundo do ecrã, definindo um protector do ecrã. Podem consultar recursos disponíveis do sistema, identificando processador, memória, discos duros e suas capacidades.

Unidades periféricas. Devem reconhecer unidades periféricas diversas e seus consumíveis, em particular uma impressora. Dependendo da impressora utilizada devem saber colocar papel e substituir tinteiros ou toner ou fita na impressora. Se for possível, podem mesmo saber como fotocopiar ou efectuar um “scanner”.

Resultado de Aprendizagem 2

Software do sistema e programas utilitários. Ao consultar recursos disponíveis do sistema devem manusear janelas, abrindo, fechando, seleccionando e dimensionando. Devem usar alguns programas utilitários existentes, tais como, a calculadora, o editor de texto, a aplicação de desenho ou o jogo de cartas.

Com calculadora e jogo de cartas praticam o uso do rato. Com editor de texto praticam o uso do teclado e produzem pequenos textos. Com aplicação de desenho podem produzir pequenos e simples panfletos ou cartazes usando teclado e rato.

Com a utilização destas aplicações introduz-se as noções de dados e programas. Ao salvar no computador textos, panfletos e cartazes produzidos, introduz-se a noção de ficheiros e directórios/pastas. Os candidatos devem agora utilizar um gestor de ficheiros e manusear ficheiros e directórios/pastas, criando, nomeando, renomeando, copiando, movendo, localizando, percorrendo, arranjando, criando atalhos (“shortcuts”), apagando, recuperando e executando ou correndo programas/aplicações. Nesta altura chama-se a atenção para diferentes tipos de ficheiros e para a extensão do seu nome txt, exe, bmp, jpg, ou para a ausência de extensão.

Os candidatos devem perceber a diferença entre hardware e software. Devem saber que o software básico que permite a utilização do computador através de ícones, se designa por sistema operativo ou operacional e que o restante software se designa por software de aplicação.

Segurança do trabalho produzido por si e por outros. Os candidatos devem saber que existem vírus que infectam computadores, suas formas de transmissão, seus malefícios e cuidados a tomar. Devem saber que existem programas antivírus que executam acções preventivas e correctivas. Devem saber usar um programa antivírus para detecção de vírus. Devem também saber que não devem danificar trabalhos produzidos por outras pessoas, nem aceder a eles ou alterá-los sem autorização dos seus autores.

Resultado de Aprendizagem 3

Neste nível, pretende-se que o candidato tenha acesso à Internet para consulta e busca de informação.

Conceitos. Os candidatos devem perceber o que é a Internet e o que é a World Wide Web e a diferença que existe entre elas. Devem perceber o que é um sítio da Web, o que é uma página Web e que um sítio da Web é composto de páginas Web. Devem saber que esses sítios estão fisicamente localizados na Internet e que possuem um endereço. Devem saber identificar e interpretar um endereço Web. Por exemplo: www.portaldogoverno.gov.mz, www.museu.org.mz, www.rm.co.mz

Navegação na Internet. Os candidatos devem saber usar um programa de navegação (“browser”) para percorrer páginas Web. Devem saber que não existe uma ordem para percorrer as páginas. Que esta ordem é ditada pela necessidade de informação que cada um tem. Os candidatos devem navegar na Internet e saber que:

forneendo o endereço de um sítio visitam a sua página principal (“home page”)

clicando em ligações existentes numa página (“hyperlinks”) são levados a visitar outras páginas do mesmo sítio ou a saltar para páginas de sítios diferentes

usando funções disponíveis no “browser” poderão navegar para trás e para a frente passando por páginas já anteriormente percorridas, também acessíveis se usada a história do “browser”.

Enquanto navegam pelas páginas da web os candidatos devem saber que podem usar as funções de ‘parar’ e ‘refrescar’. Por exemplo, quando se pretende cancelar o pedido de entrada num sítio ou se se pretende recarregar a página por não ter carregado as imagens correctamente. Se houver tempo disponível, podem marcar páginas úteis que encontraram e apagar as marcas quando já não têm interesse nela.

“Downloads”. Os candidatos devem saber baixar ficheiros da Internet, salvando num directório/pasta. Os tutores devem seleccionar páginas que os candidatos devem visitar e que contenham ligações (“links”) para ficheiros disponíveis para serem baixados da internet.

Veracidade de conteúdos. Os candidatos devem perceber as vantagens, para a sua formação e vida profissional, de ter acesso à vasta gama de informações espalhadas pelo mundo. Devem perceber que, com a facilidade de divulgação de informações, têm acesso a diferentes assuntos e opiniões. Devem ser alertados para o facto de que nem todas as informações encontradas na Internet são verdadeiras. Que não havendo nenhum organismo de controlo, o seu conteúdo é livremente publicado por qualquer pessoa bem ou mal intencionada. Que cabe a cada um seleccionar os conteúdos que lhe interessam.

Internet como ferramenta. Os candidatos devem ser encorajados a usar a Internet de forma produtiva, só devendo aceder a sítios relacionados com a pesquisa que estão a efectuar. Devem ver o uso da Internet como uma ferramenta de ajuda à realização do seu trabalho mais do que uma actividade de lazer. O tutor deve controlar e monitorar esta pesquisa.

Direitos de cópia. Os candidatos devem saber que tudo o que encontram na Internet tem um dono, ainda que não esteja explicitado. A não ser que esteja explicitado que o conteúdo é de domínio público, devem respeitar os direitos reservados de cópia, que protegem os direitos do autor de tirar benefícios comerciais do seu trabalho. Devem ser informados de que se não o respeitarem estarão a violar leis de protecção dos direitos do autor. Devem ser informados de que não podem copiar material disponível na internet e apresentá-lo como sendo da sua autoria e que, se o usarem como fontes do seu trabalho, devem incluir referências às localizações do material.

Resultado de Aprendizagem 4

Neste nível espera-se que os candidatos usem o correio electrónico para comunicação e troca de informação com outras pessoas. Devem perceber as vantagens que podem tirar na sua vida profissional, ao manter contacto com técnicos da sua área de formação e não só.

Serviço de e-mail. Os candidatos devem saber usar um serviço de email baseado na Web (“webmail”) cujo acesso é feito usando a aplicação de navegação que já conhecem. Devem saber que a vantagem de usar este serviço é a de poderem aceder à sua caixa de correio a partir de qualquer computador ligado à Internet em qualquer parte do mundo. Assim, após o termo da sua formação, poderão continuar a usar o correio electrónico. Mas também devem saber que se não tiverem acesso à Internet, não terão acesso à sua caixa de correio.

Nas instituições onde exista um servidor de e-mail local podem ser criadas caixas de correio electrónico para os candidatos a serem usadas durante a sua formação. No entanto, deve ser assegurado o conhecimento e acesso a um “webmail”.

Pretende-se que o candidato utilize o correio electrónico para elaborar e enviar suas mensagens e receber as que lhe são dirigidas, respondendo e/ou reencaminhando. Numa primeira fase, os candidatos devem ser levados a:

reconhecer e interpretar um endereço de e-mail

preencher correctamente cabeçalho de e-mail (remetente, destinatário, assunto)

mandar uma mensagem para um ou mais destinatários

abrir e ler mensagem recebida

adicionar novos endereços de email a livro de endereços

Ao praticar, os candidatos enviarão mensagens aos seus tutores seguindo instruções relativamente ao assunto e tamanho da mensagem. Os tutores responderão de forma a obrigar os candidatos a responder ou a reencaminhar a sua mensagem. Numa segunda fase, os candidatos serão levados a:

- usar o livro de endereços para a sua correspondência do dia a dia
- responder ou reencaminhar mensagem recebida
- anexar documento a mensagem e enviar mensagem
- extrair anexo de mensagem recebida e arquivar em pasta indicada

Os candidatos podem saber que é possível mandar cópia da mensagem a outro destinatário com/sem conhecimento do destinatário principal (cópia oculta). Devem salvar as mensagens que enviaram, mas devem saber que a caixa de correio tem uma capacidade limitada e que devem apagar aquelas de que já não necessitam.

Regras de etiqueta. Os candidatos devem ser aconselhados a usar formas correctas de comunicação nas mensagens de e-mail, dirigindo-se ao destinatário com o devido respeito, formulando frases correctas na língua que utilizar, não pretendendo ser informal com quem não tem familiaridade.

Os candidatos devem ser informados do que constitui uma má utilização do e-mail e devem ser desencorajados de:

- enviar numerosos e-mails para uma mesma caixa de correio ("spam")
- enviar e-mails de conteúdo ofensivo, ameaçador ou provocatório
- utilizar, nos seus e-mails em geral, termos de gíria ou calão
- utilizar e-mails em cadeia, cuja proliferação se torna exponencial, com formas de propagação semelhantes às dos vírus.

Resultado de Aprendizagem 5

Pretende-se neste nível que os candidatos conheçam outra forma de comunicação de ideias ou dados, a apresentação electrónica. Devem saber a diferença do âmbito e alcance desta forma de comunicação relativamente ao correio electrónico. Apresentações curtas e simples devem ser produzidas, com base em modelos pré-definidos, visando apenas familiarizar os candidatos com esta forma de comunicação. Deve-se chamar a atenção para a necessidade de uma cuidada elaboração do conteúdo. Devem ser usadas formas simples de mostra de diapositivos.

Abordagem na geração das evidências de avaliação

No decorrer do módulo, os candidatos desenvolvem habilidades que devem ser avaliadas. Para tal devem os candidatos produzir evidências. A geração de evidência é essencialmente prática, podendo por vezes necessitar do acompanhamento de uma explicação ou descrição escrita.

Quando a evidência prática for a elaboração de um produto, a avaliação basear-se-á sobre o produto apresentado. Por exemplo:

- texto impresso produzido com editor de texto
- etiquetas para equipamento produzido com aplicação de desenho
- texto impresso baixado da internet

Quando a evidência prática for um comportamento ou uma acção, devem os tutores usar uma lista de verificação

("checklist") para anotação de observações efectuadas. Esta lista deve cobrir todos os aspectos constantes no âmbito de aplicação. A avaliação basear-se-á nesta lista de verificação. Por exemplo, podem ser usadas listas de verificação na avaliação de:

forma de lidar com o equipamento
eficiência no uso do teclado
redimensionamento de janelas do ambiente gráfico.

O período de observação não tem de se restringir apenas ao período de obtenção do correspondente resultado de aprendizagem mas pode cobrir outros resultados de aprendizagem. Por exemplo, se o candidato tem dificuldade em posicionar o rato sobre os botões certos, deve continuar a praticar e pode ser observado até ao final do módulo.

A evidência prática pode também ser obtida através de imagens do ecrã usado pelo candidato e que documentem a habilidade adquirida. Por exemplo, para avaliar operações sobre janelas do ambiente gráfico ou de gestão de ficheiros, podem ser suficientes imagens do ecrã:

imagem do ecrã mostrando critério para localização de ficheiro
imagem do ecrã mostrando ficheiros salvos em determinada pasta.
imagens do ecrã mostrando detalhes de ficheiros numa pasta

Estas imagens podem também ser usadas para apoiar evidências registadas nas listas de verificação. Quando necessário pode-se usar mais do que uma imagem para documentar um elemento no âmbito de aplicação. Por exemplo:

imagem do ecrã antes da movimentação de um ficheiro e imagem do ecrã após movimentação do ficheiro para outra pasta
Imagem do ecrã com marca adicionada para página Web e imagem do ecrã depois de marca ter sido apagada.
Imagem do ecrã com resultados encontrados para assunto pesquisado e imagem de ecrã de página Web correspondente a um dos resultados

Na apresentação de imagens do ecrã, os candidatos devem explicitar a evidência produzida e se necessário acompanhar de pequenas notas explicativas ou de anotações sobre as imagens. Devem registar o seu nome e data de produção da evidência. Se não for possível imprimir todas as imagens do ecrã, devem os candidatos salvá-las em ficheiros, nomeá-los de forma a identificar o seu conteúdo e autoria. Devem elaborar uma lista de todas evidências produzidas, indicando quais as que foram impressas.

Métodos e instrumentos de avaliação

Sendo a geração de evidência essencialmente prática, os procedimentos de avaliação incidirão necessariamente sobre a evidência apresentada.

Para esse efeito os tutores utilizarão os instrumentos de avaliação que considerarem ser mais apropriados, sugerindo-se:

- listas de verificação para registo de observações
- listas de verificação de material impresso

Estas listas serão complementadas pelas evidências produzidas, impressas ou captadas.

Necessidades Especiais

Em certos casos, evidências requeridas modificadas podem ser produzidas por uma escola ou Centro de ensino para certificação de candidatos com necessidades especiais. Contudo, se a modificação ocorrer, ela não deve diluir a

qualidade das especificações do módulo. Em todos os casos as modificações devem ser sujeitas à aprovação pelo PIREP.

Referências

1. ICT 1 e ICT 2 – Unit Ref: U2003205 – Botswana
2. Operate a personal computer system - SAQA US ID 116932 – South Africa (RSA)
3. Use generic functions in a Graphical User Interface (GUI)-environment, SAQA US ID 117902 -RSA
4. Operate a personal computer – BSBCMN107A - © Australian National Training Authority

© Copyright PIREP 2008

Este módulo é propriedade da ANEP e de uso exclusivo das instituições, por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins sem a autorização expressa do Director Geral da ANEP.

UC HG053002 Utilizar aplicações de interface gráfico (GUI) para produção de documentos e folhas de cálculo simples

INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

Esta parte da especificação do módulo deve ser considerada como um guia de apoio e nenhuma das secções é obrigatória.

Número de horas normativas: 20 horas

O tempo total estimado para este módulo é de 20 horas, incluindo horas de contacto e horas de trabalho individual.

Justificação do módulo:

Pretende-se com este módulo que o candidato adquira as habilidades necessárias ao uso diário e satisfatório do computador em diferentes situações de trabalho na área vocacional da sua formação neste nível.

Ao completar este módulo o candidato estará apto a:

- produzir e editar documentos, usando funções simples de um processador de texto com interface gráfico e aplicando simples formatações de texto, parágrafo, página e documento
- produzir e editar folhas de cálculo simples, usando aplicação de folha de cálculo de interface gráfico, aplicando simples formatações de células e conteúdos e envolvendo fórmulas simples entre os seus dados

Orientações sobre o conteúdo e contexto de aprendizagem

As actividades e tarefas atribuídas aos candidatos neste módulo serão de carácter essencialmente prático.

Resultado de Aprendizagem 1

Pretende-se que o candidato produza documentos simples e úteis tais como, cartas, memorandos, relatórios ou circulares. Os candidatos terão já desenvolvido habilidades de escrever e transmitir ideias, trata-se agora de aplicar características simples de processamento de texto, realçando aspectos principais contidos nos textos.

Uma forma de alcançar este resultado de aprendizagem, poderá ser o de utilizar 2 documentos, sendo um o ponto de partida e outro o texto final pretendido. Um dos documentos contém um simples texto desprovido de qualquer realce, enquanto o outro contém o mesmo texto com o realce pretendido.

As correcções e realces a efectuar no documento inicial serão gradualmente introduzidas conduzindo-o até ao texto final. A vantagem desta abordagem é a de não se desperdiçar tempo na elaboração do conteúdo. O processo de aprendizagem decorrerá no processo de transformação do documento inicial no documento final.

O referido texto deve ser planeado tanto em conteúdo como na forma final. Em termos de conteúdo deverá abordar temas da área de formação dos candidatos. Quanto à forma final deverá cobrir todos os elementos do âmbito de aplicação.

Outra forma de alcançar este resultado de aprendizagem é usar os requisitos definidos por uma organização para a produção dos seus documentos. Estes requisitos podem vir expressos, por exemplo, da seguinte forma:

“Relatórios e circulares: serão produzidos usando letra do tipo ‘Arial’ de tamanho 10. O título ou assunto deverá ser realçado em negrito. Os subtítulos deverão ser sublinhados Os documentos serão produzidos em formato A4,....”

Os candidatos devem saber criar novos documentos seguindo um modelo pré-definido, inserindo a informação com o tipo de letra e o estilo de texto tal como definidos nos requisitos.

O texto a utilizar ao longo do módulo deve ocupar pelo menos meia página A4 mas não mais que 1 página, e deve ser inserido pelos candidatos, proporcionando-lhes assim uma oportunidade de treino no uso do teclado. Recorde-se que os candidatos iniciam este módulo já familiarizados com o teclado e com o uso de um editor de texto.

Os candidatos devem aplicar características que realçam a visualização do texto ou partes, nomeadamente seleccionando o tipo, o estilo e o tamanho da letra, a cor, o sublinhado. As características aplicadas deverão estar de acordo com a forma final pretendida ou com os requisitos de estilo das organizações.

O texto pode conter erros de ortografia ou de gramática. Os candidatos devem saber utilizar as ferramentas disponíveis num processador de texto para verificar a ortografia e a gramática do texto existente ou inserido e proceder à sua correcção com vista a obtenção do texto final.

Ao salvar novos documentos, devem fazê-lo também de acordo com requisitos pré-estabelecidos, tanto em termos de localização como em termos de nomeação dos documentos. A atribuição de nomes deve permitir identificá-los facilmente em termos de objectivos, conteúdo e autoria.

Resultado de Aprendizagem 2

Pretende-se que o candidato saiba aplicar formatos apropriados a parágrafos de texto, dando-lhes o destaque e importância pretendidos.

Para alcançar este resultado de aprendizagem, pode-se utilizar 2 documentos, sendo um o ponto de partida e outro o formato final pretendido. Um dos documentos contém um simples texto desprovido de qualquer formatação, enquanto outro contém o mesmo texto já no formato pretendido.

As formatações a efectuar no documento existente serão gradualmente introduzidas conduzindo-o até ao formato final. Este deve cobrir todos os elementos do âmbito de aplicação. Se forem usados 2 documentos, as formatações a operar em cada um deles, devem no seu conjunto cobrir todos os elementos do âmbito de aplicação.

Pode-se atingir este resultado de aprendizagem usando também os requisitos de uma organização para a produção dos seus documentos, expressos da seguinte forma:

“Relatórios e circulares: serão produzidos usando letra do tipo ‘Arial’ de tamanho 10. O texto será alinhado nas 2 margens com um espaçamento entre linhas de 1.5 linhas. A distância entre parágrafos será de 2 linhas. No início dos parágrafos o texto será alinhado com a margem esquerda. Os documentos serão produzidos em formato A4, com 2cm nas margens de topo e fundo e 2.5cm nas margens direita e esquerda”

Os candidatos devem saber aplicar transformações a um texto já existente e produzir um texto no formato final pretendido. Para transformar o texto já existente os candidatos devem saber usar funções de edição de texto, nomeadamente copiar, cortar, colar, mover, apagar (para frente e para trás), desfazer, refazer e substituir.

Os candidatos devem saber aplicar formatações simples ao texto, nomeadamente o espaçamento de linhas, o alinhamento às margens, o alinhamento em colunas usando tabulação, e o afastamento das margens com suspensão (“indent”). Se o documento tiver mais do que uma página, estas devem ser numeradas.

As características aplicadas deverão estar de acordo com o formato final pretendido ou com os requisitos de estilo das organizações.

Os candidatos devem saber visualizar previamente o documento para impressão, ajustar se necessário a sua formatação de página/impressão, nomeadamente margens, orientação do papel, cor e qualidade de impressão e finalmente imprimir.

Resultado de Aprendizagem 3

Neste nível, pretende-se que o candidato saiba produzir simples e úteis folhas de cálculo como por exemplo, folha de movimentação bancária, notas de entrega valorizadas, registos de utilização de fundos, relação de despesas

efectuadas em viagem, etc. Pretende-se que estas folhas de cálculo sejam apresentadas de forma profissional, contendo formatos apropriados que realcem aspectos contidos nas folhas.

Para alcançar este resultado de aprendizagem, deve-se formular o problema como ponto de partida. Gradualmente vai-se construindo a solução do problema inserindo primeiro os dados, formatando texto, números e datas de forma apropriada.

A formulação do problema deve ser planeada no conteúdo e no formato final. No conteúdo deverá abordar temas da área de formação dos candidatos. No formato final deverá cobrir todos os elementos do âmbito de aplicação e servirá de guião para obtenção do produto final.

Os candidatos devem saber criar novas folhas de cálculo respondendo à formulação do problema. Devem saber inserir os dados em formato de tabela, organizando-os em linhas e colunas de acordo com o problema. Ao salvar novas folhas de cálculo, devem fazê-lo de acordo com requisitos pré-estabelecidos, tanto em termos de localização como em termos da sua nomeação. A atribuição de nomes deve permitir identificá-las facilmente em termos de objectivos, conteúdo e autoria.

A folha de cálculo a produzir deve ter pelo menos 4 linhas e 4 colunas e deve ser inserida pelos candidatos. Os candidatos devem saber movimentar o cursor ao longo da folha de cálculo de forma eficiente. Não existe uma regra, mas é mais eficiente usar as teclas de movimentação para movimentar o cursor para celas contíguas e usar o rato, em combinação com as barras de deslocação vertical e horizontal, para o movimentar para celas mais distantes.

Devem saber formatar o conteúdo das células, aplicando a texto, valores numéricos e datas, as formatações adequadas, cobrindo os elementos referidos no âmbito de aplicação. Devem saber realçar a visualização do conteúdo nas células, seleccionando tipo, estilo e tamanho da letra, cor e sublinhado. As características aplicadas deverão estar de acordo com o formato final pretendido.

Os candidatos devem saber seleccionar a área de impressão, visualizá-la previamente de modo a ajustar, se necessário, parâmetros de formatação e disposição da página para impressão, tais como margens, orientação do papel, cor e qualidade de impressão, e finalmente imprimir em impressora instalada.

Resultado de Aprendizagem 4

Este resultado de aprendizagem vem na sequência do resultado anterior. Os candidatos devem saber aplicar transformações a uma folha de cálculo já existente e produzir uma folha com o formato final pretendido.

Para transformar a folha inicial devem saber aplicar, ao conteúdo das células, funções de edição tais como copiar, cortar, colar, mover, apagar, desfazer, refazer e substituir. Estas funções estão disponíveis na barra de ferramentas e/ou na barra de menus. Devem também saber manusear as células, linhas e colunas, aplicando-lhes também funções de edição e de redimensionamento de largura e altura.

Os candidatos devem saber formatar as células realçando bordas e cor. As características aplicadas deverão estar de acordo com o formato final pretendido.

Os candidatos devem saber inserir fórmulas simples relacionando células entre si. Nessas fórmulas devem saber utilizar operadores aritméticos ou funções internas simples, como por exemplo, as funções de soma, de média, de máximo, de mínimo e de contagem. Se for possível podem também iniciar-se na definição de fórmulas com condições.

Os candidatos devem saber definir linhas e colunas a serem impressas em todas as páginas, visualizar previamente a folha a imprimir, ajustando a aparência das páginas e numerando-as para posterior impressão

Abordagem na geração das evidências de avaliação

No decorrer do módulo, os candidatos desenvolvem habilidades que devem ser avaliadas. Para tal devem os candidatos produzir evidências. A geração de evidência é essencialmente prática, podendo necessitar do acompanhamento de uma explicação ou descrição escrita. A evidência pode também ser oral.

Quando a evidência prática for a elaboração de um produto, a avaliação basear-se-á sobre o produto apresentado. Por exemplo:

- informe aos candidatos sobre as datas de realização das avaliações
- carta dirigida ao centro, solicitando 1 sala para realização de encontro
- resultados obtidos numa experiência de produção de hortícolas
- folha de custos envolvidos na montagem de uma mostra de produtos

Os candidatos devem produzir documentos ou folhas de cálculo mostrando cada um dos elementos listados no âmbito de aplicação. Se necessário podem produzir mais do que um documento ou folha de cálculo para evidenciar toda a gama de formatos.

Quando a evidência prática for um comportamento ou uma ação, devem os tutores usar uma lista de verificação (“checklist”) para anotação de observações efectuadas. Esta lista deve cobrir todos os aspectos constantes no âmbito de aplicação. A avaliação basear-se-á nesta lista de verificação. Por exemplo, podem ser usadas listas de verificação na avaliação de:

- manuseamento do tabulador para alinhamento de um texto em colunas
- formatação de quadro com despesas de uma viagem

A evidência prática pode também ser obtida através de imagens do ecrã usado pelo candidato e que documentem a habilidade adquirida. Por exemplo:

- imagem do ecrã mostrando texto alinhado em colunas
- imagem do ecrã mostrando folha de cálculo arquivada em pasta indicada

Estas imagens podem também ser usadas para apoiar evidências registadas nas listas de verificação. Quando necessário pode-se usar mais do que uma imagem para documentar um elemento no âmbito de aplicação. Por exemplo:

- imagem do ecrã mostrando definição de parâmetros de página e imagem mostrando a pré-visualização para impressão
- imagem do ecrã mostrando folha de cálculo antes e depois de formatação de dados evidenciando uma tabela

Na apresentação de imagens do ecrã, os candidatos devem explicitar a evidência produzida e se necessário acompanhar de pequenas notas explicativas ou de anotações sobre as imagens. Devem registar o seu nome e data de produção da evidência. Se não for possível imprimir todas as imagens do ecrã, devem os candidatos salvá-las em ficheiros, nomeá-los de forma a identificar o seu conteúdo e autoria. Devem elaborar uma lista de todas evidências produzidas, indicando quais as que foram

Métodos e instrumentos de avaliação

. Sendo a geração de evidência essencialmente prática, os procedimentos de avaliação incidirão necessariamente sobre a evidência apresentada, seja ela impressa, como é o caso de documentos ou folhas de cálculo, ou escrita e oral, como é o caso do plano e mostra de apresentações.

Para esse efeito os tutores utilizarão os instrumentos de avaliação que considerarem ser mais apropriados, sugerindo-se:

- listas de verificação para registo de observações

- listas de verificação de material impresso

Estas listas serão complementadas pelas evidências produzidas e impressas/ captadas.

Necessidades Especiais

Em certos casos, evidências requeridas modificadas podem ser produzidas por uma escola ou Centro de ensino para certificação de candidatos com necessidades especiais. Contudo, se a modificação ocorrer, ela não deve diluir a qualidade das especificações do módulo. Em todos os casos as modificações devem ser sujeitas à aprovação pelo PIREP.

Referências

1. ICT 1” e “ICT 2 – Unit Ref: U2003205 – Botswana
2. Word process a simple document. BOTA ID Code 00031.01.01 – Botswana
3. Use a Graphical User Interface (GUI)-based word processor to create and edit documents.
SAQA US ID 116938 – South Africa
4. Use a Graphical User Interface (GUI)-based word processor to format documents. SAQA US ID 117924
– South Africa
5. Use a Graphical User Interface (GUI)-based presentation application to create and edit slide presentations. SAQA US ID 116933 – South Africa
6. Use a Graphical User Interface (GUI)-based spreadsheet application to create and edit spreadsheets.
SAQA US ID 116937 – South Africa

© Copyright PIREP 2008

Este módulo é propriedade da ANEP e de uso exclusivo das instituições, por esta, acreditadas. Não deve ser usado para outros fins sem a autorização expressa do Director Geral da ANEP.

4. Unidades de Competência Vocacionais Obrigatórias

4.1 UC COM013026231 Conhecer a evolução histórica e as teorias da Comunicação

Título da Unidade de Competência		Conhecer a evolução histórica e as teorias da Comunicação			
Descrição da Unidade de Competência:					
No fim desta unidade, o candidato deve se capaz de descrever os paradigmas e as teorias resultantes dos estudos de comunicação ao longo da história da sua evolução.					
Código:	UC COM013026231	Nível	3		
Campo:	Comunicação	Sub-campo:	Marketing		
Data de registo:		Data de Revisão:			
Elementos de Competência		Critérios de desempenho		Contexto de Aplicação	
1. Definir o estatuto epistemológico da existência da comunicação		a) Define a comunicação b) Descreve o surgimento da comunicação c) Classifica os tipos de comunicação d) Explica os modelos de comunicação e) Explica as fontes de estudo da comunicação		Contexto: Compreensão de princípios e conceitos básicos da existência da comunicação Meios: Artigos e estudos relacionados com o conceito e surgimento da comunicação	
		Evidências Requeridas			
		Evidências escritas ou orais Evidência oral: explica as fontes de estudo da comunicação Evidência escrita: define a comunicação, classifica os tipos de comunicação, descreve os modelos de surgimento de estudos de comunicação.			
2. Descrever as teorias clássicas da comunicação		a) Identifica as teorias clássicas da comunicação e os seus precursores; b) Explica o contexto do surgimento de cada teoria; c) Descreve as teorias clássicas da comunicação		Contexto: Compreensão de teorias clássicas da comunicação subjacentes à actividade jornalística em instituições públicas e privadas Meios: Artigos e estudos relacionados com as teorias clássicas da comunicação	
		Evidências Requeridas			
		Evidência escrita e oral: deve indicar, através da escrita ou fala, em que consiste cada teoria, os			

	seus principais percursores e o contexto de surgimento.	
3. Explicar o processo da transição no campo da comunicação	a) Identifica os pressupostos da transição do modelo clássico ao moderno; b) Descreve os factores culturais, políticos e económicos que contribuíram para a transição dos processos de comunicação; c) Descreve os estudos culturais; d) Explica as contribuições da perspectiva midialógica de Marshall McLuhan; e) Fala da Escola Latino-Americana. Evidências Requeridas Evidências escritas e orais: Deve descrever os novos paradigmas da comunicação à luz dos estudos culturais, novas perspectivas da midiológica e da Escola Latino-Americana.	Contexto: Aplicável no contexto de identificação dos modelos e factores culturais, Caso particular no processo de transição no campo da comunicação. Para produção de textos jornalísticos em meio impresso Meios: Artigos e estudos relacionados com o processo da transição no campo da comunicação
4. Explicar o Novo Paradigma da Comunicação	a) Explica a perspectiva sócio-construtivista; b) Fala do novo olhar sobre o receptor; c) Estabelece a relação entre a Média e sociabilidade; d) Descreve a relação entre a Tecnologias digitais e a ciberesfera pública. Evidências Requeridas Evidências escritas e orais: Deve indicar as características da comunicação no contexto moderno mediada pela Internet.	Contexto: social, em empresas de Marketing. Meios: Artigos e estudos relacionados com o Paradigma da Comunicação

4.2 UC COM013026231 Conhecer a origem e os fundamentos de Marketing

Título da Unidade de Competência		Conhecer a origem e os fundamentos de Marketing	
Descrição da Unidade de Competência:			
No fim desta unidade, o candidato deve ser capaz de fazer a abordagem histórica do surgimento de marketing e o seu impacto nas organizações. O candidato deve descrever o papel do marketing e apresentar os meios e as formas de actuação.			
Código:	UC COM013027231	Nível CNCP	3
Campo:	Comunicação	Subcampo:	Marketing
Data de registo:		Data de Revisão:	
Elementos de Competência	Critérios de desempenho		Contexto de Aplicação
1. Fazer a abordagem histórica do marketing	a) Estabelece a relação existente entre o marketing e a comunicação social; Define o marketing; b) Fala de surgimento de marketing c) Identifica o objecto de estudo do marketing; d) Identifica a finalidade do marketing.		Contexto profissional: o marketing é dada como elemento tangível e intangível que os consumidores conferem aos produtos como medida do seu êxito no mercado. O Marketing se entrelaça com a história da comunicação, e ambas são concomitantes à história dos factos e às consequências das revoluções técnico- industriais
	Evidências Requeridas		
	Evidências escritas ou orais: o candidato sabe estabelecer a relação existente entre o marketing e a comunicação social identificando o surgimento das duas áreas, o campo de estudo, assim como a a finalidade do marketing.		
2. Descrever o Marketing em em função da sua actuação	a) Caracteriza a configuração do marketing; b) Descreve as funções do Marketing; c) Identifica os diferentes tipos de marketing; d) Apresenta o perfil do profissional de marketing. e) Apresenta as formas de actuação do marketing.		Contexto profissional: Marketing é uma área muito dinâmica, que acompanha todas as mudanças no mercado bem como cria as suas próprias tendências e estratégias e está directamente envolvido com a estratégia corporativa e tudo o que é possível fazer em forma de ideias, soluções e inovações para alcançar o sucesso da empresa.
	Evidências Requeridas		
	Evidências escritas ou orais: o candidato é capaz de descrever o marketing apresentando as suas características, as suas funções, a tipologia do marketing e o perfil do profissional do marketing.		

3. Compreender a natureza da publicidade dentro do marketing	a) Apresenta os objectivos da publicidade; b) Carateriza a publicidade quanto ao carácter, ao meio de função, à forma de difusão e quanto à entidade promotora; c) Apresenta os modelos dos processos publicitários e caracteriza-os; d) Apresenta as regras de elaboração da mensagem publicitária; e) Elabora mensagens publicitárias de produtos para públicos específicos. Evidências Requeridas Evidências escritas ou orais: o candidato é capaz de identificar os objectivos da publicidade, as suas caraterísticas; é capaz de apresentar os modelos dos processos publicitários e as regras de elaboração de mensagens publicitárias. Evidencia de desempenho: o candidato elabora mensagens publicitárias de um produto para um público específico.	Contexto profissional: A publicidade é um processo complexo constituído de mensagens motivadoras a um receptor, através de canais de difusão. Perfil analítico, conhecer com clareza todas as áreas da agência e o negócio do cliente são fundamentais para trabalhar nesta área de actuação.
---	--	---

4.3 UC COM013028231 Compreender o comportamento do consumidor

Título da Unidade de Competência		Compreender o comportamento do consumidor			
Descrição da Unidade de Competência: no fim desta unidade de competência, o candidato deve ser capaz de conhecer um consumidor e desenvolver competências de analisar o seu comportamento na compra de um produto. O candidato será capaz de apresentar definições quanto ao comportamento do consumidor, as suas necessidades, desejos, bem como os factores que influenciam no comportamento na compra de um produto.					
Código:	UC COM013028231	Nível CNCP	3		
Campo:	Comunicação	Sub-campo:	Marketing		
Data de registo:		Data de Revisão:			
Elementos de Competência		Critérios de desempenho		Contexto de Aplicação	
1. Conhecer o consumidor em Marketing		a) Apresenta o conceito de consumidor; b) Distingue os diferentes tipos de consumidor; c) Descreve o consumidor nos diferentes momentos da evolução do Marketing.		Contexto profissional: o acesso à informação determina a transformação do comportamento do consumidor, pelo novo contexto em que vive. Exige-se das organizações mais cuidado e responsabilidade com o consumidor nas relações comerciais e institucionais.	
		Evidências Requeridas			
		Evidências escritas ou orais: o candidato descreve o consumidor através da definição do que é consumidor; demonstra a tipologia do Marketing e descreve o consumidor nos diferentes momentos de evolução do Marketing.			
2. Demonstrar os Papéis dos clientes, em face da necessidade e desejo de compra		a) Indica os papéis desempenhados pelos clientes no momento da transação do mercado; b) Menciona as funções simplificadas dentro de uma situação de compra; c) Descreve os estágios do consumidor na decisão de compra; d) Ilustra a importância da satisfação do cliente na estratégia de qualidade de uma organização.		Contexto profissional: Quando os consumidores estão bastante evoluídos com uma compra ou um produto, eles mover-se-ão de forma mais clara ao longo de cada estágio do processo de decisão de compra.	
		Evidências Requeridas			
		Evidências escritas ou orais de que: o candidato apresenta os factores que estimulam o consumidor na decisão da compra, descrevendo todos os critérios de desempenho acima descritos.			

3. Analisar o comportamento do consumidor	a) Explica com definições o comportamento do consumidor; b) Descreve a importância de analisar o comportamento do consumidor; c) Apresenta os factores que influenciam no comportamento do consumidor; d) Menciona os mecanismos usados para identificar o comportamento do consumidor; e) Descreve e hierarquiza as necessidades dos consumidores; f) Indica as técnicas que auxiliam o consumidor na decisão da compra.	Contexto profissional: O entendimento do comportamento do consumidor é essencial e muito importante, porque ajuda o consumidor a compreender o seu próprio comportamento de compra no futuro. É igualmente conveniente para que as organizações desenvolvam as suas ofertas e a sua comunicação, de modo que correspondam e agreguem ao processo decisório dos consumidores.
	Evidências Requeridas	
	Evidências escritas ou orais de que: o candidato sabe analisar o comportamento do consumidor, definindo o comportamento do consumidor; apresentando a importância de analisar o comportamento do consumidor no momento da compra; descrevendo os factores que influenciam no comportamento do consumidor. Evidencia de desempenho de que o candidato: dado um produto de uma organização, faz um estudo de comportamento do consumidor, com clareza dos mecanismos usados; com a hierarquia das necessidades dos clientes e as técnicas que auxiliam o cliente na tomada de decisão de compra.	

4.4 UC COM013029231 Elaborar estratégia de Marketing de uma organização

Título da Unidade de Competência		Elaborar estratégia de Marketing de uma organização	
Descrição da Unidade de Competência: No fim desta unidade, o candidato deve ser capaz de conhecer as estratégias de venda de produtos ou serviços de uma organização através do alinhamento estratégico e mercadológico, por meio de uma planificação estratégica de marketing e segmentação exaustiva do mercado.			
Código:	UC COM013029231	Nível CNCP	3
Campo:	Comunicação	Sub-campo:	Marketing
Data de registo:		Data de Revisão:	
Elementos de Competência		Critérios de desempenho	Contexto de Aplicação
1. Demonstrar o alinhamento estratégico de marketing	a) Descreve a estratégia de marketing; b) Indica a tipologia de estratégias de marketing; c) Classifica as estratégias de marketing (quanto à dominância no mercado e quanto à inovação); d) Menciona a importância de elaboração de uma estratégia de marketing.		Contexto profissional: as estratégias de marketing são adoptadas em função dos objectivos da organização. Devem ser elaboradas de forma combinada, potencializando aspectos internos da organização, com o foco de crescimento em um determinado mercado diante da concorrência.
	Evidências Requeridas		
	Evidências escritas ou orais de que: o candidato deve ser capaz de demonstrar o alinhamento estratégico de marketing através de: • Descrição de estratégia de marketing; • Identificação da tipologia de marketing; • Classificação das estratégias de marketing; • Indicação da importância de estratégia de marketing para as organizações.		
2. Planificar estratégias de marketing de uma organização	a) Apresenta os factores a considerar para a implementação de uma estratégia de marketing; b) Menciona os norteadores estratégicos de uma organização; c) Descreve, analisa o ambiente interno e externo da organização; d) Apresenta a importância da análise do ambiente interno e externo da organização; e) Descreve o processo de segmentação do mercado.		Contexto profissional: A planificação estratégica estabelece as decisões corporativas importantes relacionadas com a função da organização (missão, visão, metas e recursos) que serão alocados entre as unidades do negócio, com objectivos específicos para cada mercado e cada produto.
	Evidências Requeridas		
	Evidências escritas e orais de que: o candidato sabe descrever os norteadores estratégicos das organizações, compostos por: missão, visão e valores; O candidato apresenta uma análise SWOT e a sua importância para as organizações;		

3. Segmentar o mercado para aplicar as estratégias de marketing	a) Descreve o processo da segmentação do mercado. b) Apresenta as estratégias de marketing para os 4P's do marketing (Produto, Preço, Promoção e Praça); c) Indica os procedimentos de uma estratégia de vendas.	Contexto profissional: Aplicar a segmentação de mercado nas organizações em função do produto contribui para identificar o posicionamento do mercado para selecionar o público-alvo capaz de atender os objectivos da organização.
	Evidências Requeridas	
	Evidências escritas ou orais de que: o candidato sabe segmentar o mercado de uma organização em função do produto e apresenta as estratégias de marketing para os 4P's e estratégias de venda.	

4.5 UC COM013030231 Aplicar as Técnicas de Pesquisa em Comunicação

Título da Unidade de Competência		Aplicar as Técnicas de pesquisa em comunicação			
Descrição da Unidade de Competência:					
No fim desta unidade de competência, o candidato deve possuir as bases epistemológicas, metodológicas, teóricas e práticas para a formulação e desenvolvimento de pesquisa em comunicação; Deve dominar os pressupostos teóricos e técnicos de análise de conteúdo, da imagem e do discurso; Elaborar e desenvolver projectos científicos de pesquisa em comunicação. Desenvolver pensamento de investigação no campo da Comunicação Social.					
Código:	UC COM013030231	Nível	3		
Campo:	Comunicação	Subcampo:	Marketing		
Data de registo:		Data de Revisão:			
Elementos de Competência		Critérios de desempenho		Contexto de Aplicação	
1. Descrever os fundamentos de pesquisa em comunicação		a) Demonstra as concepções do conhecimento científico;		A Comunicação Social lida com a busca de informação de forma sistematizada. A pesquisa científica em comunicação é uma forma de obtenção de conhecimento científico. A pesquisa científica visa a resolução de problemas fenomenológicos ou o esclarecimento de dúvidas sobre a realidade perceptível, recorrendo a métodos científicos	
		b) Menciona e distingue os tipos de conhecimento em Comunicação Social;			
		c) Estabelece os fundamentos metodológicos da actividade científica;			
		d) Descreve a pesquisa científica em comunicação;			
		e) Indica os tipos de pesquisa e identifica a mais aplicável em ciências de comuRefe			
		f) Refere o objecto de estudo em ciências de comunicação			
		g) Descreve os procedimentos de investigação científica.			
		Evidências Requeridas		Meios: Artigos e estudos relacionados com os fundamentos de pesquisa em comunicação	
		Evidência escrita e oral de que: o candidato apresenta habilidades de:			
		• Descrever o conhecimento científico, as suas tipologias e as mais aplicáveis em Comunicação;			
		• Descrever os fundamentos			

	• metodológicos de actividades científicas; • Identificar o tipo de pesquisa aplicável em Comunicação Social; • Identificar o objecto de estudo das Ciências de Comunicação; • Descrever os procedimentos da investigação científica.	
2. Compreender os Métodos de Pesquisa de Terreno em Comunicação Social	a) Descreve o papel do investigador no terreno para a obtenção de informação; b) Indica os procedimentos metodológicos de pesquisa de terreno aplicáveis em comunicação social; c) Classifica os métodos; d) Menciona as técnicas de recolha, registo e análise de conteúdo; e) Descreve as técnicas de análise de conteúdo na comunicação. Evidências Requeridas Evidências escrita e oral de que o candidato: demonstra habilidades de descrever o papel do investigador no terreno e demonstrar os métodos e técnicas usados na recolha e tratamento de informação	Na pesquisa em Comunicação Social é necessário que se defina uma linha metodológica para cada tipo de pesquisa, como modo de conduzir a pesquisa ou orientar o próprio pesquisador na sua estruturação. Por isso, o método na construção científica consiste na maneira própria que a pesquisa tem para possibilitar a aquisição de novos conhecimentos. Meios: Artigos e estudos relacionados com os Métodos de Pesquisa de Terreno em Comunicação Social e manuais de Pesquisa em Comunicação.
3. Fazer a análise e interpretação de dados em pesquisa	a) Apresenta os instrumentos de análise e interpretação de dados; b) Descreve os tipos de análise de dados; c) Descreve os procedimentos de análise de dados quantitativos; d) Descreve os procedimentos de uma análise de dados qualitativos (análise de conteúdo). e) Elabora um relatório de pesquisa Evidências Requeridas Evidência de desempenho de que o candidato: demonstra habilidades de interpretar os dados de uma informação/matéria de forma quantitativa e qualitativa e apresenta o relatório de pesquisa.	O tratamento do material leva o pesquisador à teorização sobre os dados, produzindo confronto entre a abordagem teórica anteriormente elaborada e o que a investigação de campo aporta de singular como contribuição. Meios: Manuais, estudo de caso, simulação, computadores, internet

4.6 UC COM013031231 Usar a ética e deontologia profissional na comunicação

Título da Unidade de Competência		Usar a ética e deontologia profissional na comunicação			
Descrição da Unidade de Competência:					
No fim desta unidade, o candidato deve ser capaz de compreender o mosaico cultural da sociedade que lhe permitirá agir de forma ética e responsável no exercício da sua profissão; identificar aspectos antropológicos e culatrais que influenciam o processo de comunicação; compreender a cultura na dimensão antropológica e aplicar o método etnográfico para compreender a cultura e o comportamento de um grupo social.					
Código:	UC COM013031231	Nível CNCP	3		
Campo:	Comunicação	Sub-campo:	Mrketing		
Data de registo:		Data de Revisão:			
Elementos de Competência		Critérios de desempenho		Conteúdos de Aplicação	
1. Compreender as premissas da antropologia cultural		a) Apresenta conceitos de antropologia e de cultura;		Contexto: A cultura baseia-se nos significados arbitrariamente consignados que são compartilhados por uma sociedade. Meios: Artigos, estudos de caso, manuais de cultura organizacional;	
		b) Apresenta os principais pensadores da cultura e os seus princípios e contribuições;			
		c) Explica a importância dos estudos culturais e antropológicos na comunicação;			
		d) Identifica traços comuns aos processos culturais e aos processos de comunicação.			
		Evidências Requeridas			
		Evidências escritas e orais de que o candidato: descreve todos os critérios de desempenho.			
2. Interpretar a cultura e a sua dinâmica		a) Descreve as dimensões culturais comuns entre diferentes sociedades humanas;		Contexto: a cultura é fundamental para entender a visão do mundo e do homem na sociedade Meios: Artigos, estudos de caso, manuais de cultura organizacional;	
		b) Descreve a participação da cultura no processo de hominização e na construção do ser humano nas sociedades;			
		c) Relaciona cultura com os padrões de comportamento;			
		d) Indica os principais sistemas culturais;			
		e) Indica os meios de extensão do homem;			
		f) Explica a inserção dos aspectos antropológicos e culturais na comunicação social;			
		Evidências Requeridas			

	Evidências escritas e orais de que o candidato apresenta o domínio de todos os critérios de desempenho.	
3. Aplicar o método etnográfico para compreender a cultura de comunidades e grupos sociais.	a) Descreve a etnografia como método de pesquisa em Ciências Sociais; b) Explica o objecto da etnografia; c) Descreve a abordagem da etnografia da comunicação; d) Estuda um grupo social aplicando o método etnográfico e apresenta os resultados; e) Demonstra como elementos culturais podem ser explorados na transmissão da informação.	Contexto: A etnografia, em seu princípio básico, preocupa-se com questões e processos de comportamentos e códigos culturais de grupos específicos numa sociedade. A utilização dos princípios básicos da etnografia permite a realização de uma boa reportagem jornalística baseada em princípios e técnicas, como a descrição densa, a observação participante e os registros etnográficos da população a ser estudada. Meios: Artigos, estudos de caso, documentação de suporte de cultura e comunicação.
	Evidências Requeridas	
	Evidências Escritas e orais de que o candidato: demonstra o domínio da etnografia como um método de pesquisa e descreve a sua abordagem na comunicação. Evidências de desempenho: o candidato conduz uma pesquisa etnográfica de um grupo social e apresenta os elementos culturais explorados, assim como os factores e as formas de transmissão de informação num grupo.	

4.7 UC COM013032231 Demonstrar a importância da ética e deontologia profissional em comunicação

Título da Unidade de Competência		Descrever a importância da ética e deontologia profissional	
Descrição da Unidade de Competência: No fim deste módulo, o candidato deve ser capaz de apresentar os problemas da ética e da deontologia na comunicação buscando elementos que fundamentem a acção dos profissionais no campo da Comunicação Social. Deve ser, também, O candidato deve, no exercício das suas actividades, ser capaz de agir de forma ética e observando códigos deontológicos do seu contexto de actuação.			
Código:	UC COM013032231	Nível do QNQP:	
Campo	Comunicação	Sub Campo:	Marketing
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	
Elementos de Competência	Critérios de Desempenho		Contextos de Aplicação
1. Conhecer a evolução histórica da ética e deontologia	a) Descreve a história das ideias éticas e o seu impacto na sociedade e nas organizações; b) Conhece os principais pensadores das ideias éticas e deontológicas e os seus principais princípios; c) Relaciona as Teorias Éticas Deontológicas; d) Identifica as formas viáveis de implementação das ideias dos principais pensadores da ética e da deontologia na Comunicação Social.		Nas instituições de Comunicação Social. Os meios de comunicação social formam atitudes, comportamentos, valores. Esses elementos incidem na vida das pessoas. A sociedade, constituída na e pela comunicação, exige que os valores éticos sejam observados na Comunicação Social. Meios: Artigos e estudos de caso relacionados com a evolução histórica da ética e deontologia, Material didático.
	Evidências Requeridas		
	Evidências escritas e orais de que o candidato: conhece os principais pensadores das ideias éticas e deontológicas e descreve o impacto dessas ideias na sociedade e na comunicação social; Explicar como os profissionais de comunicação social podem agir de forma ético e deontológico.		
2. Compreender conceitos básicos de Ética e deontologia profissional	a) Distingue os conceitos de <i>deontologia</i> , <i>profissão</i> e de <i>Ética profissional</i> b) Descreve a Especialização, cultura e ambivalência social contemporânea; c) Identifica os valores vigentes na sociedade e os que regem as categorias profissionais; d) Caracteriza a ética e a deontologia profissional no contexto contemporâneo		Em contexto social: família, amigos, grupos de interesse comum, vizinhos, etc. A ética actua no âmbito dos princípios gerais, diz respeito aos valores afirmados e vividos pelas pessoas. Contexto Profissional: O profissional, na sua conduta pessoal, retira dos códigos deontológicos da sua profissão
	Evidências Requeridas		

	Evidências escritas e orais de que o candidato apresenta todos os critérios de desempenho acima descritos.	os critérios de acção, adaptando-os às circunstâncias e à sua realidade concreta. Meios: manuais de ética e deontologia profissional, artigos e estudos de casos relacionados com os conceitos básicos de ética e deontologia profissional, código de ética dos profissionais da Comunicação Social
3. Identificar os deveres Profissionais na Comunicação Social	a) Descreve a génese e a natureza íntima do dever; b) Explica a importância da Sensibilidade para com o dever na comunicação social; c) Compreende a Compulsividade do dever; d) Distingue os conflitos causados pela vontade e a compulsão; e) Distingue o dever social do dever racional; f) Explica a relação entre o dever profissional e a escolha da profissional. Evidências Requeridas Evidências escritas e orais de que o candidato apresenta todos os critérios de desempenho acima descritos.	Contexto Profissional: Os deveres profissionais integram-se como dimensões constitutivas da actuação e o tratamento da informação. Assentam sobre a relação jornalista-público e, também, na relação entre o meio e a sociedade. Meios: Artigos, estudos de caso, código de ética dos profissionais da Comunicação Social
3. Compreender a importância da Virtude na Profissão	a) Recolhe informações que lhe permitem definir com clareza a virtude; b) Identifica as Virtudes básicas de um profissional de Comunicação Social. c) Identifica os efeitos das responsabilidades na prática da virtude nas profissões de Comunicação Social; d) Explica a importância da Perfeição e os passos da sua aplicação em comunicação social. Evidências Requeridas Evidência escrita e oral de que o candidato: conhece e apresenta as principais virtudes dos profissionais de comunicação; apresenta os passos para aplicar a perfeição no campo de comunicação.	Contexto profissional: A virtude traduz-se em hábitos capazes de levar o profissional à excelência, ao que há de melhor na condição humana. Que realiza boas ações motivadas por sua índole. Meios: Manuais de ética e deontologia profissional, artigos, estudos de caso, código de ética dos profissionais da Comunicação Social
5. Actuar de forma Ético e a Deontológico na Comunicação Social	a) Explica a relação entre a actividade comunicacional e a <i>práxis</i> aristotélicas;	Contexto profissional:

	b) Descreve a relação entre a deontologia profissional e a Comunicação; c) Identifica a importância da Deontologia profissional na Comunicação; d) Caracteriza os problemas éticos e deontológicos e os principais efeitos na comunicação social; e) Identifica para solução de problemas éticos e deontológicos na Comunicação Social.	Actuar de forma ética e deontológica em Comunicação Social é assumir voluntariamente deveres e autorrestrições no tratamento da informação. A ética jornalística situa-se na confluência de valores civilizacionais. Meios: Manuais de ética e deontologia profissional informativos, artigos, estudos de caso, código de ética dos profissionais da Comunicação Social
	Evidências Requeridas Evidência escrita e oral de que o candidato: observa a praxis aristotélica na comunicação; descreve o papel da deontologia profissional na comunicação; identifica problemas éticos e deontológicos na Comunicação Social e as propostas de soluções para resolver os problemas	

4.8 UC COM013033231 Compreender regras e técnicas gramaticais

Título da Unidade de Competência		Compreender regras e técnicas gramaticais			
Descrição da Unidade de Competência:					
No fim desta unidade de competência, o candidato deve ser capaz de consolidar as habilidades de leitura e escrita, tendo como suporte as regras gramaticais da língua portuguesa. No exercício das suas funções, o candidato será igualmente capaz de expressar e organizar as suas próprias ideias em textos bem estruturados, coesos e coerentes.					
Código:	UC COM013033231	Nível	3		
Campo:	Comunicação	Sub-campo:	Marketing		
Data de registo:		Data de Revisão:			
Elementos de Competência		Critérios de desempenho		Contexto de Aplicação	
1. Saber aplicar as regras de escrita em português		a) Define ortografia; b) Apresenta as regras gerais da ortografia; c) Apresenta as regras de acentuação e pontuação; d) Descreve os princípios de aplicação das regras de escrita de sequências consonânticas e de registo da variação.		O entendimento do funcionamento da língua é imprescindível para qualquer bom profissional ser capaz de desenvolver as suas competências no uso da língua.	
		Evidências escritas e orais de que o candidato: • Sabe definir ortografia; • Conhece as regras ortográficas; • Sabe expressar e emitir os sons correctos das palavras; • Sabe formar uma palavra; • Sabe acentuar palavras e pontuar correctamente.			
2. Compreender a função da sintaxe		a) Mencione os elementos sintácticos; b) Descreve as funções sintácticas; c) Identifica a diferença entre a frase, oração e o período; d) Descreve os termos integrantes da oração. e) Faz a análise sintáctica.		A Sintaxe é uma das partes da Gramática na qual são estudadas as disposições das palavras nas orações, nos períodos, bem como a relação lógica estabelecida entre elas.	
		Evidências orais e escritas de que o candidato: sabe identificar os elementos da sintaxe; descreve as funções sintácticas. Dado um texto, o candidato sabe distinguir a frase, a oração e o período. O candidato é capaz de descrever os termos integrantes da oração e fazer análise sintáctica.			

3. Formar palavras na língua portuguesa	a) Descreve a morfologia; b) Identifica as palavras variáveis e invariáveis; c) Menciona os elementos da morfologia; d) Faz a composição das palavras; e) Descreve a derivação das palavras.	A Morfologia divide-se em dez classes gramaticais, entre elas estão a classe de palavras variáveis que são os substantivos, artigo, verbos, adjectivos, pronomes e numerais. As palavras invariáveis são compostas pelos advérbios, preposições, interjeições e conjunções.
	Evidências Requeridas	
	Evidências orais e escritas de que o candidato: • Dado um texto, identifica as palavras variáveis e invariáveis; • Identifica os elementos morfológicos; O candidato é capaz de construir palavras na categoria de justaposição, aglutinação e hibridismo; O candidato é capaz de formar frases derivadas por prefixação, sufixação, parassintética, regressiva e derivação imprópria.	
4. Compreender os significados e a interpretação das palavras	a) De acordo com as vertentes, “sincrônica” e “diacrônica”, divide e descreve a semântica. b) Descreve as propriedades semânticas das palavras em Língua Portuguesa; c) Produz palavras empregando as propriedades semânticas.	A semântica trata das estruturas ou padrões formais sobre como uma palavra é <i>expressa</i> , como é o caso das relações entre predicados e os seus argumentos. Dependendo da concepção de significado das palavras, leva-se em consideração: Sinonímia, Antonímia e Homonímia.
	Evidências Requeridas	
	Evidências orais e escritas de que o candidato: Sabe dividir e descrever a semântica; Sabe descrever as propriedades da semântica; Dada uma série de palavras, o candidato elabora tabelas demonstrando as propriedades da semânticas.	

4.9 COM013034231 Demonstrar habilidade de usar a língua de sinais na comunicação

Título da Unidade de Competência		Demonstrar habilidade de usar a língua de sinais na comunicação			
Descrição da Unidade de Competência:					
No fim desta unidade, o candidato deve desenvolver competências básicas na comunicação em Língua de Sinais; Analisar a história da Língua de Sinais de Moçambique enquanto elemento constitutivo do sujeito surdo; Caracterizar as variações linguísticas, iconicidade e arbitrariedade da Língua de Sinais.					
Código:	UC COM013034231	Nível CNCP	3		
Campo:	Comunicação	Sub-campo:	Marketing		
Data de registo:		Data de Revisão:			
Elementos de Competência		Critérios de desempenho		Conteúdos de Aplicação	
1. Compreender a natureza da linguagem e da surdez		a) Define a linguagem;		Contexto: A linguagem é desenvolvida a partir do meio familiar, na sociedade e na escola. A linguagem é uma ferramenta de comunicação. É um sistema linguístico composto por signos, compartilhados por todos os sujeitos numa mesma comunidade de fala. A linguagem constitui-se em um processo que coexiste no plano social e emocional. Exerce uma função concomitantemente relacional e intelectual. Meios/Recursos: Sala de aulas, exposição de aulas com recuso a Data Show, Quadro Branco e Marcador.	
		b) Descreve os estágios de aquisição da linguagem;			
		c) Menciona o papel da linguagem na comunicação;			
		d) Descreve a surdez: as suas características e causas;			
		e) Menciona os elementos comuns em indivíduos com surdez;			
		f) Identifica as formas usadas para a aprendizagem e desenvolvimento da linguagem no sujeito surdo.			
		Evidências Requeridas			
		Evidência escrita e oral de que o candidato: descreve os processos de aquisição da linguagem, o papel da linguagem na comunicação, as causas da surdez e as principais formas usadas para o desenvolvimento da linguagem no sujeito surdo.			
2. Identificar conceitos básicos relacionados à Língua de Sinais de Moçambique		a) Conhece o Histórico da Língua de Sinais;		Contexto: As línguas de sinais embora sejam articuladas espacialmente, seus mecanismos fonológicos, morfológicos e sintáticos, são icônicas e arbitrárias, e que as formas icônicas não são universais.	
		b) Descreve a organização linguística da Língua de Sinais;			
		c) Conhece os parâmetros básicos da Língua de Sinais;			
		d) Descreve as regras de escrita de sinais;			
		e) Conhece as regras de soletração do alfabeto manual;			
		f) Descreve a semântica da Língua de Sinais de Moçambique;			

	g) Conhece a numeração em Línguas de Sinais de Moçambique.	Meios/Recursos de aulas sala, quadros, marcadores, computadores, livros e manuais de matérias de surdez, vídeos ilustrativos de línguas de sinais, cartazes com Alfabeto manual.
	Evidências Requeridas	
	Evidência escrita de que o candidato: Descreve a organização linguística da Língua de Sinais e os parâmetros básicos deste tipo de língua. Descreve as regras de escrita e a semântica da Língua de Sinais Evidência oral de que o candidato: soletra correctamente o alfabeto manual	
3. Construir frases na Língua de Sinais	a) Conhece as regras para a construção de frases na Língua de Sinais; b) Apresenta as regras de sinalização no espaço corporal e físico; c) Demonstra os sinais de pergunta; d) Demonstra a expressão facial usada na comunicação em Língua de Sinais; e) Ilustra os dias de semana, meses, províncias e datas de nascimento; f) Faz a descrição do tempo e dos anos em Línguas de Sinais; g) Constrói frases simples na Língua Sinais; h) Interpreta textos e canções em Língua de Sinais.	Contexto: A Língua de Sinais baseia-se num alfabeto manual. O alfabeto manual é regido por princípios gerais que o estruturam linguisticamente, permitindo aos seus usuários o emprego da língua em diferentes contextos, correspondendo às diversas funções linguísticas que são manifestadas na interacção no quotidiano. Meios/Recursos de aulas sala, quadros, marcadores, computadores, livros e manuais de matérias de surdez, vídeos ilustrativos de línguas de sinais, cartazes com Alfabeto manual.
	Evidências Requeridas	
	Evidência oral de que o candidato: constrói frases simples na Língua de Sinais, fazendo uma apresentação pessoal; Evidência de desempenho de que o candidato: faz em um diálogo simples em Língua de Sinais; gesticula os sinais de pergunta; interpreta textos e canções em Língua de Sinais; demonstra expressões faciais no uso da Língua de Sinais; demonstra domínio no uso de numeração, meses e descrição de objectos, pessoas em Língua de Sinais	

4.10. UC COM013035231 Fazer Estudo do Mercado

Título da Unidade de Competência		Fazer Estudo do Mercado			
Descrição da Unidade de Competência:					
No fim desta unidade, o candidato deve possuir bases sólidas para auxiliar as organizações a estudar o mercado em função do produto, estudar o mercado para permitir avaliar se a estratégia de marketing de um produto ou serviço foi bem-sucedida. O candidato será ainda capaz de apresentar os passos para fazer o estudo de mercado analisando as diversas variáveis do marketing.					
Código:	UC COM013035231	Nível CNCP	3		
Campo:	Comunicação	Subcampo:	Marketing		
Data de registo:		Data de Revisão:			
Elementos de Competência		Critérios de desempenho		Contexto de Aplicação	
1. Conhecer os elementos fundamentais de um estudo de mercado		e) Descreve o estudo do mercado em publicidade e marketing; f) Apresenta e caracteriza os tipos de mercado; g) Identifica a importância do estudo de mercado para um negócio; h) Demonstra a divisão do mercado-alvo por segmento; i) Desenvolve uma oferta de mercado em função do consumidor alvo.		Contexto profissional: O estudo de mercado feito de forma adequada oferece uma visão holística do nicho desejado, incluindo informações sobre as condutas recomendadas, regras e leis específicas. O conhecimento adquirido através do estudo de mercado permite que a empresa escolha um lugar na mente do seus consumidores que ainda não foi ocupado por seus concorrentes.	
		Evidências Requeridas			
		Evidências escritas ou orais de que: descreve o mercado, a sua segmentação e características. O candidato conhece e demonstra a importância do estudo de mercado; sabe adequar os produtos a um mercado alvo.			
2. Fazer a orientação da organização para o mercado		f) Enquadra o papel do marketing no contexto da gestão de uma organização; g) Descreve as orientações que conduzem o marketing nas organizações. h) Estabelece os passos para fazer um estudo de mercado.		Contexto profissional: A orientação do mercado é feita para que as organizações atinjam o público-alvo e alcancem os objectivos traçados. A administração de marketing é o esforço consciente para obter resultados de troca desejada com o mercado alvo.	
		Evidências Requeridas			
		Evidências escritas ou orais de que: sabe fazer um enquadramento do papel do marketing na gestão das organizações; Dada uma organização, o candidato orienta-a sobre a produção, sobre o produto, sobre o consumidor e sobre o marketing a adoptar.			

	Demonstra os passos para fazer um estudo de mercado. Evidência de desempenho de que: o candidato faz o estudo de mercado para o produto de uma organização.	
3. Descrever o marketing <i>mix</i> nas organizações.	d) Descreve o marketing <i>mix</i>; e) Identifica as 4 variáveis controláveis do marketing; f) Apresenta o que compõe cada variável do marketing (os 4P's); g) Combina as variáveis em função da organização e dos consumidores. Evidências Requeridas Evidências escritas e orais de que o candidato: sabe descrever o marketing <i>mix</i>; sabe identificar as 4 variáveis do marketing (produto, preço, praça e promoção); O candidato sabe combinar os 4P's sob ponto de vista da organização e dos consumidores.	Contexto profissional: O marketing <i>mix</i> é a combinação de 4 variáveis controláveis (os 4P's) que uma organização faz, de forma a obter do mercado alvo as melhores respostas para determinados osbjectivos. Para obter bons resultados, a organização precisa estabelecer e combinar variáveis.

4.11 UC COM013036231 Realizar o Projecto integrado

Título da Unidade de Competência		Projecto integrado	
Descrição da Unidade de Competência: No fim deste módulo, o candidato possui os fundamentos técnicos e científicos e as capacidades sociais, organizativas e metodológicas necessários para planear, organizar e executar um projecto com o mínimo de supervisão, respeitando os procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de meio ambiente.			
Código:	UC COM013036231	Nível do QNQP:	3
Campo:	Comunicação	Sub-Campo:	Marketing
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	
Elementos de Competência	Critérios de Desempenho		Requisitos de Base
1. Planificar um Projecto de elaboração de uma estratégia de marketing	a) Planifica um projecto de integração e produz a documentação necessária; b) Analisa as principais tarefas para completar o projecto; c) Define as metodologias requeridas; d) Elabora um plano de acção para o projecto; e) Justifica as estratégias adoptadas; f) Considera os aspectos económicos do projecto (cálculo de custos, aspectos ambientais, uso eficiente dos materiais e energia).		▪ Trabalho autónomo. ▪ Individualmente ou em equipa usando os regulamentos, normas e documentação técnica necessária; ▪ Colaboração com os formadores.
	Evidências Requeridas		
	Evidências escritas de que o candidato: demonstra, durante a realização de um projecto (individual ou em equipa), a integração de várias competências desenvolvidas durante o primeiro ano de formação; Que é capaz de: ▪ Escolher objectivos realistas visados pelo projecto e os seus componentes; ▪ Redigir uma descrição do projecto e os seus diversos componentes, incluindo um esboço.		
2. Processar a informação e actividades a realizar durante a concretização do projecto	a) Recolhe as informações necessárias para o projecto, tendo em conta o contexto; b) Identifica os elementos significativos; c) Consulta as pessoas, se necessário. d) Redige a informação com exactidão e objectividade; e) Organiza rigorosamente a informação	Contexto: Projecto de elaboração de uma estratégia de marketing compreendendo as habilidades práticas básicas do Certificado Profissional de Nível 3, planificação necessária de trabalho relacionado com o projecto.	

	colectada segundo a sua relevância; f) Valida a informação usando a documentação técnica adequada e actualizada; g) Identifica os elementos internos ou externos favoráveis; h) Identifica as dificuldades internas ou externas que se devem resolver, bem como os obstáculos potenciais; i) Estabelece um orçamento para a realização do projecto; j) Busca parceiros, se necessário. Evidências Requeridas Evidências escritas de que o candidato: demonstra, durante a realização de um projecto (individual ou em equipa), a integração de várias competências desenvolvidas durante o primeiro ano de formação, e é capaz de: • Processar a informação afim de redigir uma memória descritiva preliminar do projecto que se deve realizar; • Identificar os elementos internos ou externos favoráveis; • Identificar as dificuldades internas ou externas que se deve resolver, bem como os obstáculos potenciais.	Meios: Sala de aulas, computadores com acesso a internet, e <i>softwares</i> de edição gráfica.
3. Organizar o trabalho para concretizar o projecto	a) Examina globalmente o ambiente do projecto relativamente a: situação actual, objectivos a atingir e meios necessários; b) Estabelece objectivos operacionais pertinentes; c) Escolhe o método e a ferramenta adequados para atingir os objectivos. d) Avalia rigorosamente o método e a ferramenta escolhidos; e) Determine os métodos que devem ser utilizados; f) Escolhe o equipamento ou materiais necessários para o projecto; g) Valida a sua escolha com a pessoa responsável; h) Realiza um cronograma realista de acordo com a sequência dos trabalhos que devem ser realizados. Evidências Requeridas ▪ Evidência escrita de que o candidato demonstra, durante a realização de um projecto (individual ou em equipa), a integração de várias competências desenvolvidas durante	Contexto: Contexto: A organização do trabalho para concretizar o projecto compreende as habilidades práticas básicas do Certificado Profissional de Nível 3 relacionados com o projecto. Meios: Sala de aulas, computadores com acesso à internet, e <i>softwares</i> de edição gráfica.

	o primeiro ano de formação, e é capaz de: Realizar um cronograma realista de acordo com a sequência dos trabalhos que devem ser realizados.	
4. Realizar o projecto	a) Elabora uma estratégia de marketing; b) Efectua as correções necessárias; c) Verifica regularmente a qualidade do trabalho; d) Realiza as operações de acordo com a sequência estabelecida; e) Controla a qualidade do trabalho final realizado.	Contexto: O Projecto integrado de CV3 de marketing compreende as habilidades teóricas e práticas básicas do Certificado Profissional de Nível 3 Meios: Sala de aulas, computadores com acesso a internet, e <i>softwares</i> de edição gráfica, impressora, papel toner.
	Evidências Requeridas	
	Evidências de desempenho de que o candidato: demonstra, durante a realização de um projecto (individual ou em equipa), que terá de integrar diversas competências desenvolvidas durante o primeiro ano de formação, e que é capaz de: - Realizar o projecto de maneira profissional integrando todas as competências necessárias; - Redigir um breve relatório de operação e avaliação.	
5. Avaliar o projecto	a) Determina os indicadores (normas e critérios) para garantir o alcance dos objectivos; b) Define as ferramentas de control necessárias; c) Mede regularmente o alcance dos objectivos; d) Estabelece as medidas correctivas pertinentes; e) Regista minuciosamente os resultados com vista a redigir um relatório, se necessário.	Contexto: O Projectos integrado de CV3 de marketing compreende as habilidades teóricas e práticas básicas do Certificado Profissional de Nível 3 Meios: Sala de aulas, computadores com acesso a internet, e <i>softwares</i> de edição gráfica, impressora, papel toner.
	Evidências requeridas	
	Evidências escritas / Orais: O candidato produz um relatório coerente com pormenores sobre as constatações e recomendações do projecto integrado. Evidência de produto, de um género jornalístico elaborado e distribuído em meio impreso.	
6. Apresentar o projecto integrado	a) Apresenta o Projecto Integrado. b) Responde às questões profissionais e técnicas acerca do projecto integrado ao júri.	Contexto: O Contexto para este elemento de competência está

	Evidências requeridas	totalmente expresso nos critérios de desempenho.
	Evidências de desempenho de que o candidato: • Demonstra profissionalismo; • O projecto adapta-se ao público-alvo; • Expressa-se correctamente e usa as formas de tratamento adequadas; • Utiliza correctamente o programa informático; (<i>software</i>) e o equipamento de apresentação; • Apresenta claramente os objectivos do projecto; • Responde adequadamente às perguntas e objecções; • Redige e envia a acta da apresentação, se necessário.	

4.12 UC COM013037231 Realizar uma experiência de trabalho em Marketing

Título da Unidade de Competência		Realizar uma experiência de trabalho em Marketing	
Descrição da Unidade de Competência: Concluindo com êxito esta unidade de competência, o candidato terá desenvolvido a capacidade de buscar e preparar uma experiência de trabalho e realizar de forma profissional as tarefas atribuídas. O candidato irá desenvolver capacidades de planificação, organização e implementação de tarefas numa empresa pública ou privada, para além de habilidades interpessoais e de autoconhecimento através da experiência de trabalho numa empresa.			
Código:	UC COM013037231	Nível do QNQP	3
Campo:	Comunicação	Sub-Campo:	Marketing
Data de Registo:		Data de Revisão do Registo:	
Elementos de Competência	Critérios de Desempenho		Contextos de Aplicação
1. Preparar uma experiência de trabalho	a) Identifica claramente as qualidades e habilidades pessoais através de uma auto-avaliação inicial e estabelece metas pessoais realísticas.		Contexto: Organização e execução de trabalhos em empresas ou agências de publicidade e marketing.
	b) Estabelece e subscreve objectivos e metas do estágio que combinam com as suas qualificações, habilidades e metas, usando uma variedade de fontes de informação.		
	c) Prepara-se cuidadosamente e de forma abrangente para a experiência de trabalho, recolhendo informação essencial.		
	Evidências Requeridas		
	Evidência escrita e/ou oral: Evidência escrita de que o candidato identifica claramente as qualidades e as habilidades pessoais através de uma auto-avaliação inicial, e que estabelece objectivos e metas pessoais realísticas. Desempenho no local de trabalho O candidato confirma os ajustes relativos as experiencias de trabalho feitos com o responsável da empresa.		
2. Realizar tarefas atribuídas durante a	a) Discute com o supervisor imediato os padrões a atingir nas diversas tarefas atribuídas;		Qualidades e habilidades pessoais, profissionais e sociais

experiência de trabalho	b) Realiza de forma profissional as tarefas atribuídas; c) Cumpre com os requisitos de afectação, de acordo com as directrizes da unidade de produção; d) Observa constantemente os requisitos de higiene e segurança; e) Observa constantemente as boas práticas de protecção do meio ambiente; f) Demonstra a capacidade de lidar com situações inesperadas de forma eficaz.	incluem, mas não se limitam, competência, comunicação, responsabilidade.
	Evidências Requeridas	
	<i>Desempenho no local de trabalho</i> O candidato realiza as tarefas planificadas durante a experiência no trabalho em numa unidade de produção.	
3. Trabalhar em cooperação com os outros na planificação e compreender a experiência de trabalho.	a) Observa as práticas de trabalho, de forma atenta, fazendo perguntas quando relevantes; b) Escuta atentamente as instruções aceitando-as de forma positiva; c) Procura conselho, assistência e opiniões dos outros, quando necessário; d) Forma relações de trabalho de natureza cooperativa; e) Modifica o comportamento de forma apropriada para satisfazer as necessidades de diferentes situações. - f)	O trabalho em colaboração com os outros, quando conduzido de forma adequada, sem significar a transmissão da responsabilidade e trabalho para os outros, contribui para um desempenho profissional melhor por parte do candidato. Para o efeito, o candidato deve possuir uma atitude positiva em relação ao trabalho, mantendo sempre o interesse por uma melhor compreensão e realização das suas tarefas.
	Evidências Requeridas	
	<i>Desempenho no local de trabalho</i> O candidato trabalha com os outros, de forma cooperativa, durante a experiência de trabalho em uma unidade de produção.	
4. Rever a contribuição do conhecimento e habilidades adquiridas para o seu próprio desenvolvimento pessoal e social.	a) Reexamina a auto-avaliação inicial em termos de pontos fortes e fracos e revê efectivamente o progresso rumo às metas definidas. b) Expressa claramente os sentimentos e reacções em relação à experiência de trabalho. c) Revê o valor da aprendizagem ganha em relação a futuras metas pessoais, sociais e profissionais.	O processo de auto-análise crítica do progresso realizado no trabalho e de abertura para a crítica realizada pelos outros é essencial para o reconhecimento do desenvolvimento pessoal, quer profissional como social
	Evidências Requeridas	

	Competência <i>Desempenho no local de trabalho</i> O candidato identifica, para o seu próprio desenvolvimento pessoal e social, a contribuição do conhecimento e habilidades adquiridas durante a experiência de trabalho numa dada unidade de empresa.	
--	--	--

5. Módulos Vocacionais

5.1. Conhecer a evolução histórica e as teorias da comunicação

Título do Módulo:	Conhecer a evolução histórica e as teorias da comunicação
Número do Módulo:	UC COM013026231
Data de validação:	
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	8
Requisitos de Entrada:	Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou, ainda, um ano de experiência profissional na área de comunicação social.

Introdução do Módulo:	No fim desta unidade, o candidato deve ser capaz de descrever os paradigmas e as teorias resultantes dos estudos de comunicação ao longo da história da sua evolução.
Resumo dos Resultados de Aprendizagem:	1. Definir o estatuto epistemológico da comunicação 2. Descrever as teorias clássicas da comunicação 3. Explicar o processo de transição no campo da comunicação 4. Explicar o novo paradigma da Comunicação

Resultado de Aprendizagem 1:	Definir o estatuto epistemológico da comunicação
-------------------------------------	---

CrITÉrios de Desempenho:	a) Define a comunicação; b) Descreve o surgimento da comunicação; c) Classifica os tipos de comunicação; d) Explica os modelos de comunicação; e) Explica as fontes de estudo da comunicação.
---------------------------------	---

Âmbito de Aplicação:

Contexto	Compreensão de princípios e conceitos básicos da comunicação
Meios	Artigos e estudos relacionados com o conceito e o surgimento da comunicação

Evidências Requeridas:**Evidências escritas ou orais**

Evidência oral: explica as fontes de estudo da comunicação;

Evidência escrita: o candidato define a comunicação; classifica os tipos de comunicação; descreve os modelos de surgimento de estudos de comunicação.

**Resultado de Aprendizagem
2:****Descrever as teorias clássicas da comunicação**

CrITÉRIOS de Desempenho:

- a) Identifica as teorias clássicas da comunicação e os seus precursores;
 - b) Explica o contexto do surgimento de cada teoria;
 - c) Descreve as teorias clássicas da comunicação.
-

Âmbito de Aplicação:

Contexto	Compreensão de teorias clássicas da comunicação subjacentes à actividade comunicação em instituições públicas e privadas.
Meios	Artigos e estudos relacionados com as teorias clássicas da comunicação.

d) Descreve a relação entre as tecnologias digitais e a ciberesfera pública.

Âmbito de Aplicação:

Contexto No contexto social, em organizações jornalísticas, em empresas públicas e organizações não-Governamentais.

Meios Artigos e estudos relacionados com o Paradigma da Comunicação.

Evidências Requeridas: **Evidências escritas e orais:** Deve indicar as características da comunicação no contexto moderno mediada pela Internet.

Horas Normativas de Aprendizagem: O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 60 horas.

Propósito: Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos sobre o surgimento da comunicação e as teorias que fundamentam a comunicação.

Os conhecimentos adquiridos permitirão ao aluno ter uma visão global para descrever os paradigmas e as teorias resultantes dos estudos de comunicação e desenvolver um enquadramento conceptual que dará sentido mais amplo ao propósito dos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Nível 4 e Nível 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Estatuto epistemológico da comunicação;
2. Teorias clássicas da comunicação;
3. Processo de transição no campo da comunicação;
4. Novo Paradigma da Comunicação.

Contexto do Módulo: O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações e casos com métodos centrados no docente.

Abordagem da Avaliação: Os resultados de aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e de trabalhos de pesquisa.

Progressão: Este Módulo é parte do Certificado Vocacional 3 de marketing da Área de Comunicação Social . Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que compõem a qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

Bibliografia:

FREIFREIXO, Manuel. Teorias e Modelos de Comunicação. 3ª ed. 2013.

HOH, HOHLFELDT Antonio, *et al.* Teoria da Comunicação, conceito, escolas e tendências. 2ª ed. 2002.

MATTELART, Armand. História das Teorias da Comunicação. 1ª ed 1995.

SERRA, Paulo. Manual de Teoria da Comunicação. Beira Interior, 2007.

SOUSA, J. Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. 2.ed. Porto: Ampliada, 2006.

5.2. Conhecer a origem e fundamentos do Marketing

Título do Módulo:	Origem e fundamentos do Marketing
Número do Módulo:	UC COM013026231
Data de validação:	
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	08
Requisitos de Entrada:	Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de comunicação.

Introdução do Módulo: No fim desta unidade, o candidato deve ser capaz de fazer a abordagem histórica do surgimento do Marketing e o seu impacto nas organizações. Descrever o Marketing em torno do seu campo de actuação. O candidato deve descrever o papel do Marketing e apresentar os meios e as formas de actuação.

Resumo de Resultados de Aprendizagem:

1. Fazer a abordagem histórica do Marketing;
2. Descrever o Marketing em função da sua actuação;
3. Compreender a natureza da publicidade dentro do marketing.

Resultado de Aprendizagem 1:

Fazer a abordagem histórica do Marketing

Critérios de Desempenho:

- a) Estabelece a relação existente entre o marketing e a comunicação social; Define o marketing;
- b) Fala de surgimento de marketing
- c) Identifica o objecto de estudo do marketing;
- d) Identifica a finalidade do marketing.

Âmbito de Aplicação:

Contexto Profissional: O marketing é dada como elemento tangível e intangível que os consumidores conferem aos produtos como medida do seu êxito no mercado.

Contexto

O marketing entrelaça-se com a história da comunicação, e ambas são concomitante a história dos factos e a consequência das revoluções técnico-industriais.

Meios

Artigos, estudos de caso, documentação de história do Marketing.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas ou orais de que: O candidato sabe estabelecer a relação existente entre o marketing e a comunicação social identificando o surgimento das duas áreas, o campo de estudo, assim como a finalidade do marketing.

Resultado de Aprendizagem 2:

Descrever o Marketing em função da sua actuação.

CrITÉrios de Desempenho:

- a) Caracteriza a configuração do Marketing;
- b) Descreve as funções do Marketing;
- c) Identifica os diferentes tipos de Marketing;
- d) Apresenta o perfil do profissional de Marketing;
- e) Apresenta as formas de actuação do Marketing.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Contexto Profissional: Marketing é uma área muito dinâmica, que acompanha todas as mudanças no mercado, bem como cria as

suas próprias tendências e estratégias e está directamente envolvido com a estratégia corporativa e tudo o que é possível fazer em forma de ideias, soluções e inovações para alcançar o sucesso da empresa.

Meios

Artigos, estudos de caso, documentação relativa a Marketing.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas ou orais de que: o candidato é capaz de descrever o Marketing apresentando as suas características, as suas funções, a tipologia de Marketing e o perfil deste profissional.

Resultado de Aprendizagem 3: Compreender a natureza da publicidade

CrITÉRIOS de Desempenho:

- a) Apresenta os objectivos da publicidade;
 - b) Caracteriza a publicidade quanto ao carácter, ao meio de função, à forma de difusão e quanto à entidade promotora;
 - c) Apresenta os modelos dos processos publicitários e caracteriza-os;
 - d) Apresenta as regras de elaboração da mensagem publicitária;
 - e) Elabora mensagens publicitárias de um produto para um determinado público.
-

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Contexto profissional:

A publicidade é um processo complexo constituído por mensagens motivadoras a um receptor, através dos canais de difusão.

Perfil analítico, conhecer com clareza todas as áreas da agência e o negócio do cliente são fundamentais para trabalhar nesta área.

Meios

Computadores, Internet, manuais de Marketing

Evidências Requeridas:

Evidências escritas ou orais de que: o candidato é capaz de identificar os objectivos da publicidade, as suas características; é capaz de apresentar os modelos dos processos publicitários e as regras de elaboração de mensagens publicitárias.

Evidência de desempenho de que: o candidato elabora mensagens publicitárias de um produto para um público específico.

Horas Normativas de Aprendizagem: O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 80 horas.

Propósito: Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos básicos sobre o Marketing.

Os conhecimentos adquiridos permitirão ao aluno ter visão sobre o surgimento do Marketing e o seu impacto nas organizações, e desenvolver um enquadramento conceptual que dará sentido mais amplo ao propósito dos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Nível 4 e Nível 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Conceito do Marketing;
2. Surgimento do Marketing
3. Funções do Marketing;
4. Perfil do profissional do Marketing;
5. Objectivos do Marketing;
6. Regras de elaboração da mensagem publicitária.

Contexto do Módulo: O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações e casos com métodos centrados no docente.

Abordagem da Avaliação: Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e de trabalhos de pesquisa.

Progressão: O Módulo faz parte do Certificado Vocacional 3 em Marketing da Área de Comunicação Social. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que

compõem a Qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

Bibliografia:

COBRA, Marcos. Marketing básico: uma perspectiva brasileira. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

KOTLER, P. KARTAJAYA, H. e SETIAWAN, I. Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital. Rio de Janeiro: Sextante. 2017.

ROCHA, Ângela da; CHRISTENSEN, Carl. Marketing: teoria e prática no Brasil. São Paulo: Atlas, 1987.

SIMÕES, Roberto. Iniciação ao Marketing. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1982.

SOUSA, J. P. Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

5.3. Fazer o Estudo do Mercado

Título do Módulo: Fazer o Estudo do Mercado

Número do Módulo:

Data de validação:

Nível do QNQP: Certificado Vocacional 3

Valor de Crédito: 10

Requisitos de Entrada: Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de Marketing.

Introdução do Módulo:

No fim desta unidade, o candidato deve possuir bases sólidas para auxiliar as organizações no estudo do mercado em função do produto; estudar o mercado para permitir avaliar se a estratégia de marketing de um produto ou serviço foi bem-sucedida.

Resumo de Resultados de Aprendizagem:

1. Conhecer os elementos fundamentais de um estudo de mercado;
 2. Orientar a organização para o mercado;
 3. Descrever o *marketing mix* nas organizações.
-

Resultado de Aprendizagem 1:

Conhecer os elementos fundamentais de um estudo de mercado

Critérios de Desempenho:

- a) Descreve o estudo do mercado em Marketing;
- b) Apresenta e caracteriza os tipos de mercado;
- c) Identifica a importância do estudo de mercado para um negócio;
- d) Demonstra a divisão do mercado-alvo por segmento;
- e) Desenvolve uma oferta de mercado em função do consumidor alvo.

Âmbito de Aplicação:

Contexto profissional: O estudo de mercado feito de forma adequada possibilita uma visão holística do nicho desejado, incluindo informações sobre as condutas recomendadas, regras e leis específicas.

Contexto

O conhecimento adquirido através do estudo de mercado permite que a empresa escolha um lugar na mente do seus consumidores que ainda não foi ocupado por seus concorrentes.

Meios

Artigos, estudos de caso, manuais de estudo de mercado;

Evidências Requeridas:

Evidências escritas ou orais de que: é capaz de descrever o mercado, a sua segmentação e características.

O candidato conhece e demonstra a importância do estudo de mercado, sabe adequar os produtos a um mercado alvo.

Resultado de Aprendizagem 2:

Reorientar a organização para o mercado

CrITÉRIOS de Desempenho:

- a) Faz um enquadramento do papel do Marketing no contexto da gestão de uma organização;
- b) Descreve as orientações que conduzem o Marketing nas organizações;
- c) Estabelece as etapas para fazer um estudo de mercado.

Âmbito de Aplicação:

Contexto profissional:

Contexto

A orientação do mercado é feita para que as organizações atinjam o público-alvo e alcancem os objectivos traçados.

A administração de Marketing é o esforço consciente para obter resultados de troca desejada com o mercado alvo.

Meios

Artigos, estudos de caso, internet, computadores, manuais de estudo de mercado.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas ou orais de que: sabe fazer um enquadramento do papel do Marketing na gestão das organizações;

Dada uma organização, o candidato orienta-a sobre a produção, sobre o produto, sobre o consumidor e sobre o marketing a adoptar. Demonstra os passos para fazer um estudo de mercado;

Evidência de desempenho de que: o candidato faz o estudo de mercado do produto de uma organização.

Resultado de Aprendizagem 3: Descrever o *marketing mix* nas organizações

CrITÉrios de Desempenho:

- a) Descreve o *marketing mix*;
- b) Identifica as 4 variáveis controláveis do Marketing;
- c) Apresenta o que compõem cada variável do Marketing (os 4P's);
- d) Combina as variáveis em função da organização e sob ponto de vista dos consumidores.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Contexto profissional:

O *marketing mix* é a combinação de 4 variáveis controláveis (os 4P's) que uma organização faz, de forma a obter do mercado alvo as melhores respostas para determinados objectivos.

Meios

Artigos, estudos de caso, internet, computadores, manuais de estudo de mercado.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas e orais de que o candidato: sabe descrever o *marketing mix*; sabe identificar as 4 variáveis do Marketing (produto, preço, praça e promoção);

O candidato sabe combinar os 4P's em função da organização e dos consumidores.

Horas Normativas de Aprendizagem:

O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 100 horas.

Propósito:

Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos básicos sobre Marketing.

Os conhecimentos adquiridos permitirão aos alunos fazer estudos de mercado analisando as diversas variáveis do Marketing e conferir sentido mais amplo ao propósito dos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Nível 4 e Nível 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Estudo do mercado de Marketing;
 2. Importância do estudo de mercado para um negócio;
 3. Orientações do Marketing nas organizações;
 4. Etapas do estudo de mercado;
 5. *Marketing mix*.
-

Contexto do Módulo:

O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações e casos com métodos centrados no docente.

Abordagem da Avaliação:

Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e trabalhos de pesquisa.

Progressão:

Este módulo é parte do Certificado Vocacional 3 de Marketing da Área de Comunicação Social. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que

compõem a Qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

Bibliografia:

KOTLER, Philip. Administração de Marketing – A Bíblia do Marketing. 12ª. ed. São Paulo: Pearson, 2006.

Kotler, Philip. Marketing Essencial- Conceitos, estratégias e casos. 2ª. Ed. São Paulo: Person, 2007.

KOTLER, P. KARTAJAYA, H. e SETIAWAN, I. Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital. Rio de Janeiro: Sextante. 2017.

McCARTHY, E. Jerome; PERREAULT, William D. Marketing Essencial: Uma Abordagem Gerencial e Global. São Paulo: Atlas, 1997.

VIEIRA, José, Inovação e Marketing de serviços. 2560ª. Ed. São Paulo: Verbo, 2000.

SOUSA. Jorge. Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. 2ª.Ed. Ampliada. Porto. 2006.

5.4. Compreender o comportamento do consumidor

Título do Módulo:	Compreender o comportamento do consumidor
Número do Módulo:	
Data de validação:	
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	8
Requisitos de Entrada:	Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de Marketing.
Introdução do Módulo:	No fim desta unidade de competência, o candidato deve ser capaz de conhecer o consumidor e desenvolver competências de analisar o seu comportamento em face da compra de um produto.
Resumo de Resultados de Aprendizagem:	1. Conhecer o consumidor em Marketing; 2. Demonstrar os Papéis dos clientes, em função das necessidades e desejo de compra; 3. Analisar o comportamento do consumidor.
Resultado de Aprendizagem 1:	Conhecer o consumidor em Marketing.
CrITÉrios de Desempenho:	a) Apresenta o conceito de consumidor; b) Distingue os diferentes tipos de consumidor; c) Descreve o consumidor nos diferentes momentos da evolução do Marketing.
Âmbito de Aplicação:	
Contexto	Contexto profissional: O acesso à informação determina a transformação do comportamento do consumidor, pelo novo contexto em que vive. Exige-se das organizações mais cuidado e responsabilidade com o consumidor nas relações comerciais e institucionais.

Meios

Artigos e estudos relacionados com o comportamento do consumidor.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas ou orais de que: o candidato sabe descrever o consumidor através da definição do que é um consumidor; demonstra a tipologia do Marketing e descreve o consumidor nos diferentes momentos de evolução do Marketing.

Resultado de Aprendizagem 2:

Demonstrar os Papéis dos clientes, em função das necessidades e desejo de compra.

CrITÉRIOS de Desempenho:

- a) Indica os papéis desempenhados pelos clientes no momento da transação no mercado;
- b) Menciona as funções simplificadas numa situação de compra;
- c) Descreve os estágios do consumidor na decisão de compra;
- d) Ilustra a importância da satisfação do cliente na estratégia de qualidade de uma organização.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Contexto profissional: Quando os consumidores estão bastante evoluídos com uma compra ou um produto, movem-se de forma mais clara ao longo dos estágios do processo de decisão de compra.

Meios

Artigos e estudos relacionados com os papéis dos cliente em função das necessidades e desejo de compra e manuais de comportamento do consumidor.

Evidências Requeridas: **Evidências escritas ou orais de que:** o candidato apresenta os factores que estimulam o consumidor na decisão da compra, descrevendo todos os critérios de desempenho acima descritos.

Resultado de Aprendizagem 3: Analisar o comportamento do consumidor.

CrITÉrios de Desempenho:

- a) Explica com definições o comportamento do consumidor;
- b) Descreve a importância de analisar o comportamento do consumidor;
- c) Apresenta os factores que influenciam no comportamento do consumidor;
- d) Identifica os mecanismos usados para identificar o comportamento do consumidor;
- e) Descreve e hierarquiza as necessidades dos consumidores;
- f) Indica as técnicas que auxiliam o consumidor na decisão da compra.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Contexto profissional: O entendimento do comportamento do consumidor é essencial e muito importante, porque ajuda o consumidor a compreender o seu próprio comportamento de compra no futuro. É igualmente conveniente para que as organizações desenvolvam as suas ofertas e a sua comunicação de modo que correspondam e agreguem ao processo decisório dos consumidores.

Meios

Manuais, estudo de caso, simulação, computadores, internet.

Evidências Requeridas: **Evidências escritas ou orais de que:** o candidato sabe analisar o comportamento do consumidor, definir o seu comportamento; conhece a importância de analisar o comportamento do consumidor no momento da compra; descreve os factores que influenciam no comportamento do consumidor.

Evidência de desempenho de que o candidato: dado o produto de uma organização, faz estudo o comportamento do consumidor, com clareza nos mecanismos usados; com a hierarquia das necessidades dos clientes e as técnicas que auxiliam o cliente na tomada de decisão de compra.

Horas Normativas de Aprendizagem: O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 80 horas.

Propósito: Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos básicos sobre o comportamento do consumidor.

Os conhecimentos adquiridos permitirão ao aluno construir uma visão global sobre as definições quanto ao comportamento do consumidor, as suas necessidades, desejos, bem como os factores que influenciam o seu comportamento na compra de um produto, o que dará sentido mais amplo ao propósito dos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Nível 4 e Nível 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Conceito de consumidor;
2. Tipos de consumidor;
3. Papéis desempenhados pelos clientes no momento da transação no mercado;
4. Importância da satisfação do cliente na estratégia de qualidade de uma organização;
5. Factores que influenciam o comportamento do consumidor;
6. Técnicas que auxiliam o consumidor na decisão da compra.

Contexto do Módulo: O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações, estudos de caso com métodos centrados no formando.

Abordagem da Avaliação: Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e de trabalhos de pesquisa.

Progressão: Este Módulo faz parte do Certificado Vocacional 3 de Marketing. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que compõem a Qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

5.5. Elaborar estratégias de Marketing de uma organização

Título do Módulo:	Elaborar a estratégia de Marketing de uma organização
Bibliografia:	ALMEIDA, Sérgio. O melhor sobre clientes: 500 citações, textos e comentários. Salvador: Casa da Qualidade, 1997.
Número do Módulo:	
Data de validação:	KOTLER, Philip. Administração de Marketing – A Bíblia do Marketing. 12ª. ed. São Paulo: Pearson, 2006.
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	12
Requisitos de Entrada:	KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2000. Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de Marketing.
Introdução do Módulo:	SHETH, Jagdish N.; MITTAL, Banwari; I. NEWMAN, Bruce. Comportamento do cliente: Indo além do Comportamento do Consumidor. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2001. No fim desta unidade, o candidato deve conhecer as estratégias de venda de produtos ou serviços de uma organização através do alinhamento estratégico e mercadológico, por meio de uma planificação estratégica de marketing e segmentação exaustiva do mercado. SOLOMON, Michel P. O Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 9.ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
Resumo de Resultados de Aprendizagem:	1. Demonstrar o alinhamento estratégico do Marketing; 2. Planificar uma estratégia de Marketing de uma organização. 3. Segmentar o mercado para aplicar as estratégias de marketing.
Resultado de Aprendizagem 1:	Demonstrar o alinhamento estratégico do Marketing.
Critérios de Desempenho:	a) Descreve a estratégia de Marketing; b) Indica a tipologia de estratégias de Marketing; c) Classifica as estratégias de Marketing (quanto à dominância no mercado e quanto à inovação); d) Menciona a importância de elaborar uma estratégia de Marketing.
Âmbito de Aplicação:	
Contexto	Contexto profissional: as estratégias de marketing são adoptadas em função dos objectivos da organização. Devem ser elaboradas de forma

combinada, potencializando aspectos internos da organização, com o foco de crescimento em um determinado mercado face à concorrência.

Meios

Artigos, estudos de caso, manuais de estudo de Marketing;

Evidências Requeridas:

Evidências escritas ou orais de que:

Demonstra o alinhamento estratégico do Marketing através de:

- Descrição da estratégia de marketing;
- Identificação da tipologia de marketing;
- Classificação das estratégias de marketing;
- Indicação da importância da estratégia de marketing para as organizações.

Resultado de Aprendizagem 2:

Planificar estratégias de marketing de uma organização

CrITÉrios de Desempenho:

- a) Apresenta os factores fundamentais para a implementação de uma estratégia de marketing;
- b) Menciona os norteadores estratégicos de uma organização;
- c) Descreve e analisa o ambiente interno e externo da organização;
- d) Apresenta a importância da análise do ambiente interno e externo da organização;
- e) Descreve o processo da segmentação do mercado.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Contexto profissional: A planificação estratégica estabelece as decisões corporativas importantes relacionadas com a função da organização (missão, visão, metas e recursos) que serão alocadas entre as unidades do negócio, com objectivos específicos para cada mercado e cada produto.

Meios

Artigos, estudos de caso, internet, computadores, manuais de Marketing.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas e orais de que: o candidato sabe descrever os norteadores estratégicos das organizações, compostos por: missão, visão e valores;

O candidato apresenta análises SWOT e a sua importância para as organizações.

Resultado de Aprendizagem 3: Segmentar o mercado para aplicar as estratégias de marketing.

CrITÉRIOS de Desempenho:

- f) Descreve o processo da segmentação do mercado;
 - g) Apresenta as estratégias de marketing para os 4P's do Marketing (Produto, preço, promoção e praça);
 - h) Indica os procedimentos de uma estratégia de vendas.
-

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Contexto profissional:

Aplica a segmentação de mercado nas organizações em função do produto; contribui para identificar o posicionamento do mercado e para selecionar o público-alvo capaz de atender aos objetivos da organização.

Meios

Artigos, estudos de caso, internet, computadores, manuais de estudo de Marketing.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas ou orais de que: o candidato sabe segmentar o mercado de uma organização em função do produto e apresenta as estratégias de Marketing para os 4P's e estratégias de venda.

Horas Normativas de Aprendizagem:

O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 120 horas.

Propósito:

Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos básicos sobre Marketing.

Os conhecimentos adquiridos permitirão aos alunos conhecer as estratégias de venda de produtos ou serviços de uma organização através do alinhamento estratégico e mercadológico, por meio de uma planificação estratégica de marketing e segmentação exaustiva do mercado, bem como conferir sentido mais amplo ao propósito dos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Nível 4 e Nível 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Estratégia de Marketing,
 2. Importância de elaboração de uma estratégia de marketing;
 3. Análise do ambiente interno e externo da organização;
 4. Importância da análise do ambiente interno e externo da organização;
 5. Estratégias de marketing para os 4P's do Marketing (Produto, preço, promoção e praça).
-

Contexto do Módulo:

O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações e casos com métodos centrados no docente.

Abordagem da Avaliação:

Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e de trabalhos de pesquisa.

Progressão:

Este Módulo é parte do Certificado Vocacional 3 de Marketing da Área de Comunicação Social. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que compõem a Qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

Bibliografia:

AMBRÓSIO, Vicente. Plano de marketing passo a passo. Rio de Janeiro: Reishmann & Afonso. 1999.

FERREL, O.C HARTLIN, e Michel, D. estratégia de marketing. São Paulo: Pioneira: Thomson, 2005.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing – A Bíblia do Marketing. 12ª. ed. São Paulo: Pearson, 2006.

McCARTHY, E. Jerome; PERREAULT, William D. Marketing Essencial: Uma Abordagem Gerencial e Global. São Paulo: Atlas, 1997.

5.6. Aplicar as Técnicas de Pesquisa em Comunicação

Título do Módulo:	Aplicar as Técnicas de Pesquisa em Comunicação
Número do Módulo:	
Data de validação:	
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	8
Requisitos de Entrada:	Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de comunicação.
Introdução do Módulo:	No fim desta unidade de competência, o candidato deve ter as bases epistemológicas, metodológicas, teóricas e práticas para a formulação e desenvolvimento de pesquisa em comunicação.
Resumo de Resultados de Aprendizagem:	1. Descrever os fundamentos da pesquisa em comunicação; 2. Compreender os Métodos de Pesquisa de Terreno em Comunicação Social; 3. Analisar e interpretar dados em pesquisa.
Resultado de Aprendizagem 1:	Descrever os fundamentos da pesquisa em comunicação.
CrITÉrios de Desempenho:	a) Demonstra as concepções do conhecimento científico; b) Menciona e distingue os tipos de conhecimento em Comunicação Social; c) Estabelece os fundamentos metodológicos da actividade científica; d) Descreve a pesquisa científica em comunicação; e) Indica os tipos de pesquisa e identifica a mais aplicável nas Ciências de Comunicação; f) Define o objecto de estudo em Ciências de Comunicação; g) Descreve os procedimentos da investigação científica.
Âmbito de Aplicação:	
Contexto	A comunicação social remete à busca de informação de forma sistematizada. A pesquisa científica em comunicação é uma forma de obtenção do conhecimento científico.

A pesquisa científica visa a resolução de problemas fenomenológicos ou o esclarecimento de dúvidas sobre a realidade perceptível, recorrendo a métodos científicos.

Meios

Artigos e estudos relacionados com os fundamentos de pesquisa em comunicação.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas e orais de que o candidato apresenta todos os elementos de competências acima descritos.

Resultado de Aprendizagem 2:

Compreender os Métodos de Pesquisa de Terreno em Comunicação.

CrITÉRIOS de Desempenho:

- a) Descreve o papel do investigador no terreno para a obtenção de informação;
 - b) Indica os procedimentos metodológicos de pesquisa de terreno aplicáveis em Comunicação Social;
 - c) Classifica os métodos;
 - d) Menciona as técnicas de recolha, registo e análise de conteúdo;
 - e) Descreve as técnicas de análise de conteúdo na comunicação.
-

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Na pesquisa em Comunicação Social, é necessário que se defina uma linha metodológica para cada tipo de pesquisa, como modo de conduzir a pesquisa ou orientar o próprio pesquisador na sua estruturação. Por isso, o método na construção científica consiste na maneira própria que a pesquisa tem para possibilitar a aquisição de novos conhecimentos.

Meios

Artigos e estudos relacionados com os Métodos de Pesquisa de Terreno em Comunicação Social e manuais de Pesquisa em Comunicação.

Evidências Requeridas:	Evidências escrita e oral de que o candidato: demonstra habilidades de descrever o papel do investigador no terreno e demonstrar os métodos e técnicas usados na recolha e tratamento de informação.
-------------------------------	---

Resultado de Aprendizagem 3: Analisar e interpretar dados em pesquisa.

CrITÉrios de Desempenho:	a) Apresenta os instrumentos de análise e interpretação de dados; b) Descreve os tipos de análise de dados; c) Descreve os procedimentos de análise de dados quantitativos; d) Descreve os procedimentos da análise de dados qualitativos (análise de conteúdo); e) Elabora um relatório de pesquisa.
---------------------------------	---

Âmbito de Aplicação:

Contexto	O tratamento do material leva o pesquisador à teorização sobre os dados, confrontando a abordagem teórica anteriormente elaborada e o que a investigação de campo aporta de singular como contribuição.
----------	---

Meios	Manuais, estudo de caso, simulação, computadores, internet.
-------	---

Evidências Requeridas:	Evidência de desempenho de que o candidato: demonstra habilidades de interpretar os dados de uma informação/matéria de forma quantitativa e qualitativa e apresenta o relatório de pesquisa.
-------------------------------	---

Horas Normativas de Aprendizagem:	O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 80 horas.
--	--

Propósito: Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos básicos sobre as Técnicas de pesquisa em Comunicação.

Os conhecimentos adquiridos permitirão ao aluno construir uma visão global sobre as técnicas de pesquisa em Comunicação, bem como desenvolver pensamento investigativo no campo da Comunicação Social, o que confere sentido mais amplo ao propósito dos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Nível 4 e Nível 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Tipos de conhecimento em Comunicação;
2. Pesquisa científica em Comunicação;
3. Procedimentos metodológicos de pesquisa de terreno aplicáveis em Comunicação Social;
4. Técnica de análise de conteúdo na Comunicação;
5. Instrumentos de análise e interpretação de dados na Comunicação;
6. Relatório de pesquisa em Comunicação.

Contexto do Módulo: O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações, estudos de casos com métodos centrados no formando.

Abordagem da Avaliação: Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e trabalhos de pesquisa.

Progressão: Este Módulo faz parte do Certificado Vocacional 3 de Marketing. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que compõem a Qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

Bibliografia:

BRAGA, J. L. Para começar um projecto de pesquisa. Comunicação & Educação, vol. 10, no. 03, set-dez 2005.

GUTERRES, A. Bolsista de iniciação científica: a ponte entre o cidadão e o pesquisador. In: MALDONADO, A. E. et all. Metodologias de Pesquisa em Comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2006.

SILVA, A & PINTO, J. Metodologia das Ciências Sociais. 270 ed. Porto: Afrontamento, 1986.

LOPES, Maria I. V. de. Pesquisa em comunicação. 7. ed. São

Paulo: Loyola, 2003. MINAYO, Maria Cecília de S. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.

SOUSA, J. Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. 2.ed. Porto: Ampliada, 2006.

5.7. Demonstrar a influência da antropologia cultural na comunicação

Título do Módulo:	Demonstrar a influência da antropologia cultural na comunicação.
Número do Módulo:	
Data de validação:	
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	6
Requisitos de Entrada:	Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de Comunicação Social.

Introdução do Módulo: No fim desta unidade, o candidato deve ser capaz de compreender o mosaico cultural da sociedade que lhe permitirá agir de forma ética e responsável no exercício da sua profissão.

Resumo de Resultados de Aprendizagem:

1. Compreender as premissas da antropologia cultural;
 2. Interpretar a cultura e a sua dinâmica;
 3. Aplicar o método etnográfico para compreender culturas de comunidades e grupos sociais.
-

Resultado de Aprendizagem 1: Compreender as premissas da antropologia cultural.

CrITÉrios de Desempenho:

- a) Apresenta os conceitos de antropologia e de cultura;
- b) Apresenta os principais pensadores da cultura e os seus princípios e contribuições;
- c) Explica a importância dos estudos culturais e antropológicos na comunicação;
- d) Identifica traços comuns aos processos culturais e aos processos de comunicação.

Âmbito de Aplicação:

Contexto A cultura baseia-se nos significados arbitrariamente consignados compartilhados por uma sociedade.

Meios

Artigos, estudos de caso, manuais de cultura organizacional

Evidências Requeridas: Evidências escritas e orais de que o candidato descreve todos os critérios de desempenho.

Resultado de aprendizagem 2: Interpretar a cultura e a sua dinâmica.

CrITÉRIOS de Desempenho:

- a) Descreve as dimensões culturais comuns entre diferentes sociedades humanas;
- b) Descreve a participação da cultura no processo de hominização e na construção do ser humano nas sociedades;
- c) Estabelece a integração entre a cultura e os padrões de comportamento;
- d) Indica os principais sistemas culturais;
- e) Indica os meios de extensão do homem;
- f) Explica a inserção dos aspectos antropológicos e culturais na Comunicação Social.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

A cultura é fundamental para entender a visão do mundo e do homem na sociedade.

Meios

Artigos, estudos de caso, manuais de cultura organizacional;

Evidências Requeridas: Evidências escritas e orais de que o candidato apresenta o domínio de todos os critérios de desempenho.

Resultado de Aprendizagem 3: Aplicar o método etnográfico para compreender a cultura de comunidades e grupos sociais.

Critérios de Desempenho:

- a) Descreve a etnografia como método de pesquisa em Ciências Sociais;
- b) Explica o objecto da etnografia;
- c) Descreve a abordagem da etnografia da comunicação;
- d) Estuda um grupo social aplicando o método etnográfico e apresenta os resultados;
- e) Demonstra como alguns elementos culturais podem ser explorados na transmissão da informação.

Âmbito de Aplicação:

Contexto A etnografia, em seu princípio básico, preocupa-se com questões e processos de comportamento e códigos culturais de grupos específicos dentro da sociedade.

Meios Artigos, estudos de caso, Documentação de suporte de cultura e comunicação.

Evidências Requeridas: **Evidências escritas e orais de que o candidato:** demonstra o domínio da etnografia como um método de pesquisa, e descreve a abordagem da etnografia na comunicação.

Evidências de desempenho: o candidato faz uma pesquisa etnográfica sobre um grupo social e apresenta os elementos culturais explorados e os factores e formas de transmissão de informação a esse grupo.

Horas Normativas de Aprendizagem: O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 60 horas.

Propósito: Este Módulo é concebido para permitir que o candidato compreenda o mosaico cultural da sociedade que irá permitir ao candidato a agir de forma ética e responsável no exercício da sua profissão; identificar os aspectos antropológicos e culturais que influenciam no processo de comunicação; compreender a cultura na dimensão antropológica. Os conhecimentos adquiridos permitirão ao aluno.

Conteúdo do Módulo:

1. Conceitos de antropologia e de cultura;
2. Importância dos estudos culturais e antropológicos na comunicação;
3. Participação da cultura no processo de hominização e na construção do ser humano nas sociedades;
4. Principais sistemas culturais;
5. Abordagem da etnografia da comunicação;
6. Método etnográfico para compreender a cultura de comunidades e grupos sociais.

Contexto do Módulo: O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações, estudos de casos com métodos centrados no formando.

Abordagem da Avaliação: Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e trabalhos de pesquisa.

Progressão: Este Módulo é parte do Certificado Vocacional 3 de Marketing. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que compõem a qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

Bibliografia: MCLUHAN, Herbert Marshal. Os meios de comunicação como extensões do homem. Rio de Janeiro: Cultrix, 1964.

Rovida, Mara Ferreira. Etnografia e reportagem jornalística: aproximação possível para uma metodologia de pesquisa empírica. *Líbero* – São Paulo – v. 18, n. 35, p. 77-88, jan./jun. de 2015.

GEERTZ, Clifford. A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

Sousa, L. Antropologia Cultural. Lisboa, Universidade Aberta, 2008.

5.8. Usar a ética e deontologia profissional na comunicação

Título do Módulo:	Usar a ética e deontologia profissional na comunicação
Número do Módulo:	
Data de validação:	
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	6
Requisitos de Entrada:	Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de Comunicação Social.

Introdução do Módulo:

No fim deste módulo, o candidato deve ser capaz de identificar problemas de ética e deontologia na comunicação buscando elementos que possam fundamentar a acção dos profissionais no campo da Comunicação Social. O candidato deve, no exercício das suas actividades, ser capaz de agir de forma ética e observando códigos deontológicos do seu contexto de actuação.

Resumo de Resultados de Aprendizagem:

1. Conhecer a evolução histórica da ética e da deontologia;
 2. Compreender conceitos básicos de ética e deontologia profissional;
 3. Identificar deveres profissionais na Comunicação Social;
 4. Compreender a importância da Virtude na Profissão
 5. Actuar de forma ética e a deontológico na Comunicação social
-

Resultado de Aprendizagem 1:

Conhecer a evolução histórica da ética e deontologia

CrITÉrios de Desempenho:

- a) Descreve a história das ideias éticas e o seu impacto na sociedade e nas organizações;
- b) Conhece os principais pensadores das ideias éticas e deontológicas e os seus principais princípios;
- c) Relaciona as Teorias Ético-deontológicas;

- d) Identifica as formas viáveis da implementação das ideias dos principais pensadores da ética e deontologia na Comunicação Social.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

Nas instituições de Comunicação Social. Os meios de comunicação social formam atitudes, comportamentos, valores, elementos que incidem na vida das pessoas. A sociedade, constituída na e pela comunicação, exige que os valores éticos sejam observados na Comunicação Social.

Meios

Artigos e estudos de caso relacionados com a evolução histórica da ética e deontologia, material didático.

Evidências Requeridas:

Evidência oral: o candidato deve ser capaz de conhecer os principais pensadores das ideias éticas e deontológicas e descrever o impacto dessas ideias na sociedade e na Comunicação Social;

Evidência escrita: Explicar como os profissionais de comunicação social podem agir de forma ético e deontológico.

Resultado de Aprendizagem 2:

Compreender conceitos básicos de Ética e Deontologia profissional

Critérios de Desempenho:

- a) Distingue os conceitos de deontologia, profissão e Ética profissional;
- b) Descreve a especialização, cultura e ambivalência social contemporânea;
- c) Identifica os Valores vigentes na sociedade e os que regem as categorias profissionais.
- d) Caracteriza a ética e a deontologia profissional no contexto contemporâneo

Âmbito de Aplicação:

Em contexto social: família, amigos, grupos de interesse comum, vizinhos, etc. A ética actua no âmbito dos princípios gerais, diz respeito aos valores afirmados e vividos pelas pessoas.

Contexto

Em contexto Profissional: O profissional, na sua conduta pessoal, retira dos códigos deontológicos da sua profissão os critérios de acção, adaptando-os às circunstâncias e à sua realidade concreta.

Meios

Manuais de ética e deontologia profissional, artigos e estudos de caso relacionados com os conceitos básicos de Ética e Deontologia profissional, código de ética dos profissionais da Comunicação Social.

Evidências Requeridas:

Evidência oral e escrita de que o candidato apresenta todos os critérios de desempenho acima descritos.

Resultado de Aprendizagem 3: Identificar os deveres Profissionais na Comunicação Social.

CrITÉRIOS de Desempenho:

- a) Descreve a génese e a natureza íntima do dever;
- b) Explica a importância da Sensibilidade para com o dever na Comunicação Social;
- c) Compreende a Compulsividade do dever;
- d) Distingue os conflitos causados pela vontade e pela compulsão.
- e) Distingue o dever social do dever racional;
- f) Explica a relação entre o dever profissional e a escolha da profissional.

Âmbito de Aplicação:**Contexto**

Os deveres profissionais integram-se como dimensões constitutivas da actuação e do tratamento da informação. Assentam sobre a relação jornalista-público e, também, na relação entre o meio e a sociedade.

Meios	Artigos, estudos de caso, código de ética dos profissionais da Comunicação Social.
-------	--

Evidências Requeridas:	Evidência Escrita: O candidato apresenta todos os critérios de desempenho acima descritos.
-------------------------------	---

Resultado de Aprendizagem 4:	Compreender a importância da Virtude na Profissão
-------------------------------------	--

Crítérios de Desempenho:	a) Recolhe informações que lhe permitem definir com clareza a virtude; b) Identifica as Virtudes básicas de um profissional de Comunicação Social; c) Identifica os efeitos das responsabilidades na prática da virtude nas profissões de Comunicação Social; d) Explica a importância da Perfeição e os passos para a sua consecução na Comunicação Social.
---------------------------------	--

Âmbito de Aplicação:

Contexto	No contexto profissional: A virtude configura-se em hábitos capazes de levar o profissional à excelência, ao que há de melhor na condição humana. Que realiza boas acções motivado por sua índole.
----------	---

Meios	Manuais de ética e deontologia profissional, artigos, estudos de caso, código de ética dos profissionais da Comunicação Social.
-------	---

Evidências Requeridas:	Evidências escritas e orais: de que o candidato conhece e apresenta as principais virtudes dos profissionais de comunicação; apresenta os passos para a consecução da perfeição no campo da comunicação.
-------------------------------	---

Resultado de Aprendizagem 5: Aplicar a Ética e a Deontologia profissional na Comunicação social.

CrITÉrios de Desempenho:	a) Explica a relação entre a actividade comunicacional e a <i>práxis</i> aristotélica; b) Descreve a relação entre a deontologia profissional e a Comunicação; c) Identifica a importância da Deontologia profissional na Comunicação; d) Caracteriza os problemas éticos e deontológicos e as principais causas na Comunicação Social; e) Identifica as alternativas possíveis para a solução de problemas éticos e deontológicos na Comunicação Social.
---------------------------------	--

Âmbito de Aplicação:

Contexto	O profissional, na sua conduta pessoal, retira dos códigos deontológicos da sua profissão os critérios de acção, adaptando-os às circunstâncias e à sua realidade concreta.
Meios	Manuais de ética e deontologia profissional informativos, artigos, estudos de caso, código de ética dos profissionais da Comunicação Social.

Evidências Requeridas:	Evidências escritas de que o candidato: actua com a <i>práxis</i> aristotélica na comunicação; descreve o papel da deontologia profissional na comunicação; reconhece os principais problemas éticos e deontológicos na Comunicação Social e as propostas de solução para os problemas.
-------------------------------	--

Horas Normativas de Aprendizagem:	O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 60 horas.
--	--

Propósito: Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos para usar ética na sua profissão.

Os conhecimentos adquiridos permitirão ao aluno uma visão global sobre os problemas da ética e da deontologia na comunicação e desenvolver um enquadramento conceptual que dará sentido mais amplo ao propósito dos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Nível 4 e Nível 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Evolução histórica da ética e da deontologia;
 2. Conceitos de deontologia, profissão e ética profissional;
 3. Especialização, cultura e ambivalência social contemporânea;
 4. Importância da Sensibilidade para com o dever na Comunicação Social;
 5. Deveres Profissionais na Comunicação Social;
 6. Importância da Virtude na Profissão;
 7. Ética e Deontologia profissional na Comunicação Social.
-

Contexto do Módulo: O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações e casos com métodos centrados no docente.

Abordagem da Avaliação: Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e trabalhos de pesquisa.

Progressão: Este Módulo é parte do Certificado Vocacional 3 de Marketing. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que compõem a qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

5.9. Demonstrar habilidade de usar a Língua de Sinais na comunicação

Título do Módulo:	Demonstrar habilidade de usar a Língua de Sinais na comunicação;
Número do Módulo:	
Data de validação:	
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	6
Requisitos de Entrada:	Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de Comunicação Social.

Introdução do Módulo: No fim desta unidade, o candidato deve desenvolver competências básicas na comunicação em Língua de Sinais; Analisar a história da Língua de Sinais de Moçambique enquanto elemento constitutivo do sujeito surdo; Caracterizar as variações linguísticas, iconicidade e arbitrariedade da Língua de Sinais.

Resumo de Resultados de Aprendizagem:

1. Compreender a natureza da linguagem e a surdez;
2. Identificar os conceitos básicos relacionados com a Língua de Sinais de Moçambique;
3. Construir frases na Língua de Sinais.

Resultado de Aprendizagem 1:

Compreender a natureza da linguagem e da surdez.

CrITÉRIOS de Desempenho:

- a) Define a linguagem;
- b) Descreve os estÁgios de aquisiÇão da linguagem;
- c) Menciona o papel da linguagem na comunicaÇão;
- d) Descreve a surdez: as suas caracterÍsticas e causas;
- e) Menciona os elementos comuns em indivÍduos com surdez;
- f) Identifica as formas de aprendizagem e desenvolvimento da linguagem no sujeito surdo.

Âmbito de Aplicação:	A linguagem é desenvolvida partir do meio familiar, na sociedade e na escola. É uma ferramenta de comunicação. É um sistema linguístico composto por signos, compartilhado por todos os sujeitos numa mesma comunidade de fala.
Contexto	A linguagem constitui-se em um processo que coexiste no plano social e emocional. Exerce uma função concomitantemente relacional e intelectual.
Meios	Sala de aulas, exposição de aulas com recuso a <i>Data show</i> , Quadro Branco e Marcador.

Evidências Requeridas:	Evidência escrita e oral de que o candidato descreve os processos de aquisição da linguagem, o papel da linguagem na comunicação, as causas da surdez e os principais mecanismos para o desenvolvimento da linguagem no sujeito surdo.
-------------------------------	---

Resultado de Aprendizagem 2:	Identificar os conceitos básicos relacionados à Língua de Sinais de Moçambique.
-------------------------------------	---

CrITÉRIOS de Desempenho:	a) Conhece o histórico da Língua de Sinais de Moçambique; b) Descreve a organização linguística da Língua de Sinais; c) Conhece os parâmetros básicos da Língua de Sinais; d) Descreve as regras de escrita de sinais; e) Conhece as regras de Soletração do alfabeto manual; f) Descreve a semântica da Língua de Sinais de Moçambique; g) Conhece a numeração na Língua de Sinais de Moçambique.
---------------------------------	--

Âmbito de Aplicação:	As línguas de sinais embora sejam articuladas espacialmente, seus mecanismos fonológicos, morfológicos e sintáticos, são icônicas e arbitrárias, e que as formas icônicas não são universais.
-----------------------------	---

Contexto

Meios

Sala de aulas, quadros, marcadores, computadores, livros e manuais de matérias de surdez, vídeos ilustrativos de línguas de sinais, cartazes com alfabeto manual.

Evidências Requeridas:

Evidências escritas de que o candidato: descreve a organização linguística da Língua de Sinais e os seus parâmetros básicos. Descreve as regras de escrita e a semântica da língua de sinais.

Evidência oral de que o candidato: soletra correctamente o alfabeto manual.

Resultado de Aprendizagem 3: Construir frases na Língua de Sinais.

CrITÉRIOS de Desempenho:

- i) Conhece as regras para a construção de frases na Língua de Sinais;
 - j) Apresenta as regras de sinalização no espaço corporal e físico;
 - k) Demonstra os sinais de pergunta;
 - l) Demonstra a expressão facial usada na comunicação em Língua de Sinais;
 - m) Ilustra os dias de semana, meses, províncias e datas de nascimento;
 - n) Faz a descrição do tempo e dos anos em Línguas de Sinais;
 - o) Constrói frases simples na Língua Sinais;
 - a) Interpreta textos e canções em Língua de Sinais.
-

Âmbito de Aplicação:

Contexto

A Língua de Sinais baseia-se num alfabeto manual, regido por princípios gerais que o estruturam linguisticamente, permitindo aos seus usuários o emprego da língua em diferentes contextos, correspondendo às diversas funções linguísticas que são manifestadas na interacção no quotidiano.

Meios

Sala de aulas, quadros, marcadores, computadores, livros e manuais de matérias de surdez, vídeos ilustrativos de línguas de sinais, cartazes com alfabeto manual.

Evidências Requeridas: **Evidência Escrita de que o candidato é:** constrói frases simples na língua de sinais, fazendo a apresentação pessoal;

Evidência de desempenho: o candidato faz um diálogo simples em Língua de Sinais; gesticula os sinais de pergunta; interpreta textos e canções em Língua de Sinais; demonstra expressões faciais no uso da Língua de Sinais; demonstra domínio na numeração, meses e descrição de objectos e pessoas em Língua de Sinais.

Horas Normativas de Aprendizagem: O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 60 horas.

Propósito: Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos básicos sobre Marketing.

Os conhecimentos adquiridos permitirão ao aluno construir uma visão global sobre a comunicação em Língua de sinais e desenvolver um enquadramento conceptual que confere sentido mais amplo ao propósito dos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Nível 4 e Nível 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Definição de linguagem;
2. Estágios de aquisição da linguagem;
3. Papel da linguagem na comunicação;
4. Histórico da Língua de Sinais de Moçambique;
5. Organização linguística da Língua de Sinais;
6. Regras para a construção de frases na língua de sinais;
7. Frases na Língua de Sinais.

Contexto do Módulo: O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, utilizando jogos, simulações e casos com métodos centrados no docente.

**Abordagem da
Avaliação:**

Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais e trabalhos de pesquisa.

Progressão:

Este Módulo é parte do Certificado Vocacional 3 de Marketing. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que compõem a Qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

Bibliografia:

1. Amaral, M., Coutinho, A., & Martins, M. Para uma gramática da Língua Gestual Portuguesa. Lisboa: Editora Caminho, 1994.
 2. Baptista, Madalena. Lexicário da Língua de Sinais Moçambicana, DPEC de Cabo Delgado com o apoio financeiro da Cáritas Diocesana de Pemba, 2010.
 3. GESSER, Audrei. Libras? Que língua é essa? São Paulo, Editora Parábola, 2009.
 4. Ministério da Coordenação da Acção Social. Dicionário da Língua Moçambicana de Sinais, volumes 1 e 2, 1995.
 5. Ngunga, Armindo; Abudo, Assumane; Nhantumbo, David; Zandamela, Inocêncio & Maguana, Luísa. Dicionário da Língua de Sinais de Moçambique, Colecção as Nossas Línguas VII, Maputo: Centro de Estudos Africanos da UEM, 2013.
- VYGOTSKY, L. S. Pensamento e Linguagem. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- SANTOS, L. R. L. & CARVALHO, D. M. Pais ouvintes, filho surdo: causas e consequências na aquisição da língua de sinais como primeira língua. Revista Sinalizar, 1(2), 190-203, 2016.

5.10. Compreender as regras e as técnicas gramaticais

Título do Módulo:	Compreender as regras e as técnicas gramaticais
Número do Módulo:	
Data de validação:	
Nível do QNQP:	Certificado Vocacional 3
Valor de Crédito:	4
Requisitos de Entrada:	Certificado Vocacional 2 ou a 10ª Classe do SNE ou um ano de experiência profissional na área de Comunicação Social.

Introdução do Módulo: No fim desta unidade de competência, o candidato deve ser capaz de consolidar as habilidades de leitura e escrita, tendo como suporte as regras gramaticais da língua portuguesa. No exercício das suas funções, o candidato será igualmente capaz de expressar e organizar as suas próprias ideias em textos bem estruturados, coesos e coerentes.

Resumo de Resultados de Aprendizagem:

1. Aplicar as regras de escrita em língua portuguesa;
2. Compreender a função da sintaxe;
3. Formar palavras na língua portuguesa;
4. Compreender significados e interpretação palavras.

Resultado de Aprendizagem 1:

Aplicar as regras da escrita em do português

Critérios de Desempenho:

- a) Define ortografia;
- b) Apresenta as regras gerais da ortografia;
- c) Apresenta as regras de acentuação e pontuação;
- e) Descreveros princípios de aplicação das regras de escrita de sequências consonânticas e de registo da variação.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

O entendimento do funcionamento da língua é imprescindível para qualquer bom profissional ser capaz de desenvolver as suas competências no uso da língua.

Meios

Artigos, manuais de português, fichas de apoio;

Evidências Requeridas:

Evidências escritas e orais de que o candidato:

- Sabe definir ortografia;
- Conhece as regras ortográficas;
- Sabe expressar e emitir os sons correctos das palavras;
- Sabe empregar as letras correctas para formular uma palavra;
- Sabe acentuar palavras e pontuar correctamente.

**Resultado de Aprendizagem
2:**

Compreender a função da sintaxe na gramática

CrITÉRIOS de Desempenho:

- f) Menciona os elementos sintácticos;
- g) Descreve as funções sintácticas;
- h) Identifica a diferença entre frase, oração e período;
- i) Descreve os termos integrantes da oração;
- j) Descreve a análise sintáctica.

Âmbito de Aplicação:

Contexto

A Sintaxe é uma das partes da Gramática na qual são estudadas as disposições das palavras nas orações, nos períodos, bem como a relação lógica estabelecida entre elas.

Meios

Gramática, Manuais de português, fichas de apoio;

Evidências Requeridas:

Evidências escritas e orais de que o candidato identifica os elementos da sintaxe; descreve as funções sintácticas.

- c) Produz palavras empregando as propriedades da semântica.

Âmbito de Aplicação:

Contexto A semântica trata das estruturas ou padrões formais sobre o modo como uma palavra é *expressa*, como é o caso das relações entre predicados e os seus argumentos. Dependendo da concepção de significado das palavras, leva em consideração: Sinonímia, Antonímia e homonímia.

Meios Gramática, manuais de português, fichas de apoio;

Evidências Requeridas: **Evidências escrita/oral de que** o candidato: Sabe dividir e descrever a semântica; sabe descrever as propriedades da semântica, e elabora uma tabela demonstrando as propriedades da semântica.

Horas Normativas de Aprendizagem: O tempo normativo de aprendizagem para este Módulo são 40 horas.

Propósito: Este Módulo é concebido para permitir que os formandos adquiram conhecimentos e habilidades na escrita, formação de palavras, compreensão de significados e interpretação das palavras, o que ajudará nos restantes módulos do Certificado Vocacional de Nível 3, bem como os de Níveis 4 e 5.

Conteúdo do Módulo:

1. Regras de escrita do português;
2. A função da sintaxe na gramática;
3. Formação de palavras na língua portuguesa;
4. Compreensão de significados e interpretação de palavras.

Contexto do Módulo: O módulo deverá combinar métodos centrados no aluno, expositivo dialogado, jogos, dramatização, com métodos centrados no docente.

**Abordagem da
Avaliação:**

Os resultados da aprendizagem e os respectivos critérios de desempenho do módulo deverão ser avaliados através de provas escritas ou orais.

Progressão:

Este Módulo é parte do Certificado Vocacional 3 de Marketing. Os formandos com êxito neste e nos restantes módulos que compõem a Qualificação poderão avançar para o Certificado Vocacional de Nível 4.

Bibliografia:

Borba, Francisco S. Introdução aos Estudos Linguísticos. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975.

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.

ERNANI & NICOLA. Práticas de linguagem: Leitura e produção de textos. São Paulo: Scipione, 2001.

GARCIA, Othon. Comunicação em prosa moderna. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988.

PLATÃO & FIORIN. Lições de texto: leitura e redação, 2 ed. São Paulo: Ática, 2000.
