

Índice - Conteúdos Programáticos dos Cursos Gratuitos CCL

Reclamações – Tratamento e Encaminhamento	2
Fidelização de Clientes	3
Vitrinismo	3
Merchandising e promoção Comercial	5
Técnicas de Merchandising	6
Comunicação Interpessoal – Comunicação Assertiva	7
Gestão do Tempo	9
Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	9

Reclamações – Tratamento e Encaminhamento

1. Objectivos

- Desenvolver a comunicação assertiva no contexto da gestão de reclamações.
- Tratar ou encaminhar situações de reclamação, através de uma auto e hetero-gestão das emoções com vista à satisfação dos clientes.

2. Conteúdos

Comunicação assertiva

- Comportamento assertivo como resposta às situações de reclamação
- O perigo iminente do conflito e as suas repercussões
- As atitudes na gestão de conflitos - fuga, acomodação, rivalidade, cooperação e compromisso
- As vantagens das atitudes de cooperação / compromisso

Tratamento e encaminhamento

- Significado de uma reclamação para a empresa
- Etapas do tratamento das reclamações
- Lidar com as emoções dos clientes
- Lidar com as nossas emoções
- Resolver ou reencaminhar as situações
- Linguagem adequada às reclamações

Fidelização de Clientes

1. Objectivos

Aplicar as técnicas de fidelização, com vista ao estabelecimento de uma relação de parceria contínua.

2. Conteúdos

- Conceito e objectivos da fidelização
- Mecanismos que afectam a relação com o cliente e a sua fidelização
- Técnicas de fidelização
- Ficheiro e o controlo de clientes
- Instrumentos de aferição da satisfação do cliente

Vitrinismo – Enquadramento e Evolução

1. Objectivos

- Reconhecer e identificar o contributo da história da arte no âmbito do vitrinismo.
- Reconhecer e identificar o contributo da moda no âmbito do vitrinismo.
- Reconhecer e identificar o contributo do *design* no âmbito do vitrinismo.
- Caracterizar o vitrinismo através de uma análise diacrónica.

2. Conteúdos

Vitrinismo - conceito e contributo da história da arte

Conceito de vitrinismo e objectivos

- **Séculos XVII e XVIII**

Barroco e Rococó

Espectáculo da celebração do poder; volumetria; luz e sombra na igreja barroca; novos temas escultóricos e o arranjo teatral da composição; espectáculos de ballet na corte de Louis XV; arquitecturas efémeras da corte de D. João V

- **Século XIX**

Grandes exposições

Espaços e conceitos expositivos em Londres, (1851), Paris (1900) e Lisboa (1998). Museus - espaços e conceitos expositivos

- **Século XX**

Cidades europeias na transição do séc. XIX para o séc. XX

Novas artes do espaço e do movimento

Contribuição do automóvel para a dinâmica da cidade

Vitrinismo - Contributo da Moda

- **Anos 60**

Propostas de *Mary Quant*; conceito de boutique como ponto de venda dedicado a um mercado-alvo muito jovem; cultura decorrente da música dos Beatles e do Yellow Submarine; vanguardas italianas; instalações e *performances*; materiais alternativos; estética do plástico, C. Dior, P.Cardin e Y.S.Laurent

- **Anos 70**

Moda de rua; consumidor urbano, consumo de massas e segmentação de mercado

Loja “A Maçã” e o trabalho pioneiro de Ana Salazar. A Moda Lisboa. Loja Branca de Manuela Gonçalves e Loja da Atalaia de Manuel Reis

Os estilistas - *Gaultier, Lafgerfeld e Galliano*

Vitrinismo - Contributo do *Design*

- **Anos 60**

Publicidade e sociedade de consumo - efemeridade como conceito

Andy Warhol - *pop* e *pop art*, dimensões popular e cinética dos objectos

Design na melhoria dos serviços colectivos - meios de transportes e sinalizações

- **Anos 70**

Tecnologia e informação ao serviço do consumidor

A revolução do artesanato nos EUA., Inglaterra, Holanda e Alemanha

Ettore Sottsass e a Olivetti; Archizoom Associati e Non-Stop City; Achille Castiglioni, Victor Papanek (“Design for the real world”). Roberto Venturi (“News from L.A.”)

Música punk e ligações ao mundo do design

- **Anos 80**

Design assistido por computador - Novas regras e novas estéticas

Alessi e as vanguardas italianas

Andrea Branzi, Philippe Starck

Design for disassembly

Vitrinismo - análise diacrónica

Primeiras lojas / pontos de venda em Lisboa; comércio tradicional e grandes armazéns

Baixa lisboeta e Avenidas Novas - Diferentes mercados-alvo / diferentes propostas

Loja “Conceição Vasco Costa” e “Os Porfirios”

Merchandising e Promoção Comercial

1. Objectivos

- Definir o conceito e os objectivos do *merchandising* e diagnosticar os diferentes factores que intervêm na optimização de um espaço comercial.
- Identificar os elementos de promoção do estabelecimento comercial e aplicar as técnicas de promoção de produtos em função dos diferentes contextos.

2. Conteúdos

Merchandising

- Definição e terminologia específica
- Campos de actuação
- Espaço
- Técnicas de reposição

- Organização do espaço de venda
 1. Lineares
 2. Gôndolas
 3. Ilhas
 4. Espaços quentes e espaços frios no ponto de venda
 5. Secções
 6. Famílias
 7. Maximização do m2 no linear
 8. Número de frentes por produto
 9. Exposição vertical e horizontal

Promoção comercial

Programas de promoção

- Principais meios de promoção
 1. *Displays*
 2. Textos publicitários
 3. Meios audiovisuais
 4. Provas de mostras e provas de cheiros
 5. Sacos e embalagens
- Embalagem e promoção de produtos
 1. Importância da embalagem e imagem do linear
 2. Importância do desenho e da cor
 3. Impacto visual
 4. Etiquetagem
 5. Simbologia promocional no linear
 6. Promoção e descontos
 7. Vales e brindes
- Promoção do estabelecimento comercial
 1. Fidelização de clientes
 2. Descontos e promoções
 3. Saldos e brindes
 4. Sacos e embrulhos
 5. Meios de divulgação da empresa

Técnicas de Merchandising

1. Objectivos

- Diagnosticar e conhecer os diferentes factores que intervêm na optimização de um espaço comercial.
- Aplicar as técnicas de promoção do produto.

2. Conteúdos

Espaço

- Técnicas de reposição
- Organização do espaço de venda
 - Lineares
 - Gôndolas
 - Ilhas
 - Espaços quentes e espaços frios no ponto de venda
 - Secções
 - Famílias
 - Maximização do m² no linear
 - Maximização da frente do linear
 - Número de frentes por produto
 - Exposição vertical e horizontal

Embalagem e promoção dos produtos

- Importância da embalagem e imagem do linear
- Importância do design e da cor
- Impacto visual
- Etiquetagem
- Simbologia promocional no linear
- Promoção e descontos
- Vales e brindes

Comunicação Interpessoal – Comunicação Assertiva

1. Objectivos

- Identificar e caracterizar os elementos intervenientes no processo de comunicação e os diferentes perfis comunicacionais.
- Desenvolver a comunicação assertiva.
- Identificar e transpor as barreiras que surgem nas diferentes fases do processo de comunicação.
- Realizar os diversos tipos de processamento interno da informação.
- Aplicar os diferentes tipos de perguntas no processo de comunicação.

2. Conteúdos

Processo de Comunicação e perfis comunicacionais

- Função e importância dos elementos que intervêm no processo de comunicação
 - Emissor / Receptor
 - Canal
 - Mensagem / código
 - Contexto
 - *Feedback*
- Diferentes perfis comunicacionais
 - Passivo
 - Agressivo
 - Manipulador
 - Assertivo

Comunicação assertiva

- Particularidades e vantagens do perfil assertivo
- Empatia
 - Escuta activa / escuta dinâmica (Conceito de contexto comum)
 - Semântica / sintaxe

- Paralinguagem

Barreiras à comunicação

- Barreiras gerais do processo de comunicação
 - Barreiras internas
 - Objectivas
 - Subjectivas
 - Barreiras externas
- Barreiras típicas das diferentes fases do processo de comunicação

Construção, adaptação, envio, recepção e interpretação da mensagem

Gestão do Tempo

1. Objectivos

- Identificar e aplicar técnicas individuais de gestão de tempo.
- Planificar tarefas e actividades de trabalho.
- Identificar cronófagos profissionais e pessoais.
- Planificar a agenda de trabalho quer manual quer electrónica.

2. Conteúdos

- Técnicas individuais de trabalho
- Planeamento de tarefas
- Cronófagos ou desperdiçadores de tempo
- Agenda tradicional
- Agenda electrónica
- Delegação eficaz

Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no trabalho - Conceitos básicos

1. Objectivos

- Reconhecer e aplicar a legislação de segurança, higiene e saúde no trabalho.
- Utilizar protecção no corpo e nas máquinas, seleccionando os equipamentos e soluções de protecção adequados
- Reconhecer e aplicar a legislação ambiental: Resíduos, efluentes, ar e ruído.
- Decidir sobre medidas de prevenção tendo em consideração as exigências do processo produtivo, no âmbito da higiene, segurança e ambiente.
- Reconhecer a importância da segurança e higiene no trabalho como factor de promoção de qualidade de vida.

2. Conteúdos

Ambiente

- Boas práticas para o meio ambiente
- Legislação específica
 - Principais problemas ambientais da actualidade
 - Gestão de resíduos
 - Efluentes líquidos
 - Emissões gasosas
 - Estratégias de actuação: reduzir, reutilizar, reciclar, recuperar e racionalizar

Segurança, higiene e saúde no trabalho

- Sinalização de segurança
- Tipos de sinais
- Legislação em vigor
 - Tipos de risco e seu controlo
- Incêndios
- Riscos eléctricos
- Trabalho com máquinas e equipamentos
- Movimentação manual e mecânica de cargas
- Organização e dimensionamento do posto de trabalho
- Posturas no trabalho
- Iluminação
- Trabalhos com equipamentos dotados de visor

- Manuseamento de produtos perigosos
- Rotulagem de produtos perigosos
- Arrumação e limpeza
- Atmosferas perigosas
- Ruído
- Produtos perigosos (rotulagem, armazenagem e manuseamento)
 - Gestão do risco
- Consequências dos acidentes de trabalho
- Avaliação do risco profissional
- Gestão económica do risco profissional
 - Protecção colectiva e protecção individual
- Tipos de protecção colectiva
- Selecção dos equipamentos de protecção individual
- Técnicas de implementação para a utilização dos equipamentos de protecção individual
- Tipos de equipamentos de protecção
 - Procedimentos de emergência
- Necessidade da existência de procedimentos de emergência
- Procedimentos em caso de incêndio/sismo/acidente de trabalho grave
 - Conceito de acidente de trabalho
- Regime jurídico dos acidentes de trabalho
- Perspectiva legal
- Perspectiva prevencionista
 - Génese dos acidentes
- Factor humano
- Factor material
- Factor organizacional
- Factor ambiental
 - Prevenção de acidentes e doenças profissionais
- Enquadramento legal
 - Saúde, doença e trabalho
- Regime jurídico das doenças profissionais
- Conceito de contaminação e intoxicação
- Contaminantes químicos, físicos e biológicos
- Vigilância médica
- Principais doenças profissionais

- Organização da segurança e saúde no trabalho
- Regras básicas de higiene
- Enquadramento legal dos serviços de segurança, higiene e saúde no trabalho