

Universidade de Lisboa



O TRABALHO DE GRUPO COMO ELEMENTO POTENCIADOR DO
DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS EM ALUNOS DO 10.º ANO NA
DISCIPLINA DE MARKETING

LUÍS MIGUEL BRANCO SILVEIRA

MESTRADO EM ENSINO DE ECONOMIA E DE CONTABILIDADE

RELATÓRIO DA PRÁTICA DE ENSINO SUPERVISIONADA ORIENTADO
PELA PROFESSORA DOUTORA ANA LUÍSA RODRIGUES

2018

**Este estudo foi realizado no âmbito da Unidade Curricular de Iniciação à
Prática Profissional IV com recurso a algumas metodologias do Projeto
Technology Enhanced Learning @Future Teacher Education Lab**

A quem contribuiu para a minha formação de uma forma
direta e me proporcionou todas as oportunidades.

AGRADECIMENTOS

À Professora Ana Luísa Rodrigues por toda a prontidão, compreensão e partilha.

A todos os Professores do Mestrado em Ensino de Economia e de Contabilidade.

À Professora Leonor Faustino por me ter recebido e partilhado tudo o que estava ao seu alcance.

A todos os colegas do Mestrado por todos os momentos proporcionados.

Aos meus amigos por serem como são e contribuírem para a minha formação enquanto profissional e pessoa.

À minha namorada por ter partilhado comigo todos os momentos bons e menos bons ao longo de todo o Mestrado e por me ajudar a construir o nosso futuro.

Ao meu irmão, com quem tanto vivo e partilho.

Aos meus pais, um só agradecimento não chega.

À minha família que sempre me apoiou em todas as decisões e me acompanhou com interesse e dedicação em todos os passos da minha vida. Sem ela, o que aqui apresento não seria possível.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	viii
INDICE DE GRÁFICOS	viii
INDICE DE QUADROS	viii
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	ix
RESUMO	x
ABSTRACT	xi
INTRODUÇÃO	1
Capítulo I - Metodologia do estudo.....	3
1.1. Objetivos.....	3
1.2. Questões de Investigação.....	4
1.3. Instrumentos de Recolha de Dados	5
1.3.1. Diário de Campo	5
1.3.2. Inquérito por Questionário	6
Capítulo II - Enquadramento Teórico	8
2.1. Metodologia de Trabalho de Grupo.....	8
2.2. Desenvolvimento de Competências na Educação	13
2.3. O Trabalho de Grupo como Metodologia de Ensino-Aprendizagem no Desenvolvimento de Competências	17
Capítulo III – Contexto Escolar	20
3.1. Escola Cooperante	20
3.2. Turma Cooperante	22
3.3. PROFIJ	23
3.4. Unidade Didática	23
3.5. Intervenção Pedagógica.....	24
Capítulo IV – Descrição da Prática de Ensino Supervisionada	25
4.1. Conteúdos: Conceitos Básicos do Marketing - Principais Variáveis ..	25

4.2. Planificação	26
4.2.1. Planificação de Médio Prazo – Cenário de Aprendizagem	27
4.2.2. Planificação de Curto Prazo.....	33
4.3. Metodologias de Aprendizagem Utilizadas.....	33
4.3.1. A Implementação do Trabalho de Grupo.....	35
4.3.1.1. Escolha dos Grupos.....	36
4.3.1.2. Objetivos do Trabalho de Grupo.....	36
4.3.1.3. Operacionalização.....	37
4.4. Avaliação Formativa e Sumativa.....	38
4.5. Recursos Utilizados	40
Capítulo V – Análise dos Resultados	42
5.1. Análise do Questionário	42
5.2. Resumo do Trabalho de Campo	51
5.3. Interpretação dos Resultados Obtidos	53
Capítulo VI – Considerações Finais	54
6.1. Balanço Reflexivo	54
6.1.1. Da Teoria à Implementação	54
6.1.2. Pesquisa e Trabalhos Futuros.....	55
6.2. Reflexão Final.....	56
Referências	58
Apêndices	62
I. Diário de Campo	63
II. Planos de Aula	79
III. Slides em PowerPoint Utilizados Durante a PES.....	108
IV. O Esquema do P	152
V. Ficha Formativa n.º 1	159
VI. Ficha Formativa n.º 2	161

VII. Guião para o Trabalho de Grupo.....	163
VIII. Critérios de Avaliação do Trabalho de Grupo.....	166
IX. Inquérito por Questionário	168

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Escola Secundária Jerónimo Emiliano de Andrade.....	20
--	----

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Grupo I, questão 1	43
Gráfico 2 – Grupo I, questão 2	44
Gráfico 3 – Grupo I, questão 3	44
Gráfico 4 – Grupo II, questão 4.....	45
Gráfico 5 – Grupo II, questão 5.....	45
Gráfico 6 – Grupo II, questão 6.....	46
Gráfico 7 – Grupo II, questão 7.....	46
Gráfico 8 – Grupo II, questão 8.....	47
Gráfico 9 – Grupo III, questão 9.1	47
Gráfico 10 – Grupo III, questão 9.2	48
Gráfico 11 – Grupo III, questão 9.3	48
Gráfico 12 – Grupo III, questão 9.4	48
Gráfico 13 – Grupo III, questão 9.5	48
Gráfico 14 – Grupo III, questão 9.6	49
Gráfico 15 – Grupo III, questão 9.7	49
Gráfico 16 – Grupo III, questão 9.8	49
Gráfico 17 – Grupo III, questão 9.9	49
Gráfico 18 – Grupo III, questão 9.10	50
Gráfico 19 – Grupo III, questão 10	51

INDICE DE QUADROS

Quadro 1 – Fatores de coesão do trabalho de grupo.....	12
Quadro 2 – Competências esperadas nos alunos.....	15
Quadro 3 – Marketing – Principais variáveis – Objetivos e conteúdos	25
Quadro 4 – Conteúdos lecionados sobre o tópico produto e preço.....	26

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ESJEA	Escola Secundária Jerónimo Emiliano de Andrade
PEE	Projeto Educativo de Escola
PES	Prática de Ensino Supervisionada
PROFIJ	Programa Formativo de Inserção de Jovens
UC	Unidade Curricular
UFCD	Unidade de Formação de Curta Duração
TG	Trabalho de Grupo

RESUMO

Este relatório de prática de ensino supervisionada enquadra-se na unidade curricular de Introdução à Prática Profissional IV, do Mestrado em Ensino de Economia e de Contabilidade. A prática de ensino supervisionada teve como interveniente uma turma do 10.º ano do Curso PROFIJ – nível IV de técnico/a comercial, na UFCD Marketing.

O presente estudo centrou-se na relação entre o trabalho de grupo como metodologia de ensino-aprendizagem e o desenvolvimento de competências. A escolha do tema prendeu-se pela sua atualidade, bem como pelo seu necessário escrutínio, no sentido de permitir aos jovens de hoje desenvolverem competências que lhes permitam apropriarem-se da vida na sua totalidade, dando-lhes ferramentas indispensáveis ao cidadão do século XXI.

Nos dias de hoje existe a necessidade de implementação de metodologias de ensino-aprendizagem que permitam alcançar os objetivos propostos, quer nos programas das disciplinas quer numa visão mais global, indo ao encontro das competências descritas no perfil do aluno. Muitas das metodologias já existentes, podem potenciar de uma forma ou outra esse mesmo propósito. Importa então, perceber de que forma o trabalho de grupo, como metodologia de ensino-aprendizagem coloca à disposição dos alunos, um caminho a percorrer que permita esse mesmo desenvolvimento de competências.

Desta forma, ao longo da prática de ensino supervisionada o principal foco recaiu sobre o trabalho de grupo e sua aplicação. Embora constatando que o trabalho de grupo pode potenciar o desenvolvimento de competências nos alunos, através dos inquéritos por questionário realizados, bem como pela observação participante, o seu potencial, enquanto metodologia de ensino-aprendizagem, está relacionado com a forma como é desenvolvida a sua implementação e a participação por parte dos alunos.

Palavras-chave: Trabalho de grupo; Metodologia de ensino-aprendizagem; Desenvolvimento de competências; Perfil do aluno.

ABSTRACT

This supervised teaching practice report is part of the Introduction to Professional Practice IV course of the Master's Degree in Economics and Accounting Education. The supervised teaching practice had as its intervenients a group of the 10th year of the PROFIJ Course - level IV of commercial technician, at UFCD Marketing.

The present study focused on the relation between group work as a teaching-learning methodology and the development of competencies. The choice of the theme was due to its relevance and its necessary scrutiny, in order to enable the young people of today to develop skills that allow them to take over life in its entirety, giving them indispensable tools for the citizen of the 21st century .

Nowadays, there is a need to implement teaching-learning methodologies to achieve the proposed objectives, both in the syllabuses of the subjects and in a more global vision, according to the competencies described in the student profile. Many of the existing methodologies can, in one way or another, promote this same purpose. It is important, then, to understand how group work, as a teaching-learning methodology, places at the disposal of the students, a way to go that allows this same development of skills.

Thus, throughout the supervised teaching practice the main focus was on group work and its application. While noting that group work can foster the development of competences in students, through questionnaire surveys conducted, as well as participant observation, their potential as a teaching-learning methodology is related to the way in which their work is developed, implementation and participation by the students.

Key words: Group work; Teaching-learning methodology; Skills development; Student profile

INTRODUÇÃO

O presente relatório de prática de ensino supervisionada foi realizado no âmbito da unidade curricular de Iniciação à Prática Profissional IV, integrante do Mestrado em Ensino de Economia e de Contabilidade.

O tema do relatório surgiu da indispensável necessidade de preparar os alunos para se tornarem futuros cidadãos do século XXI capazes de se apropriarem da vida na sua plenitude. Ainda, devido também da atualidade do tema, onde o desenvolvimento de competências e o perfil do aluno são assuntos abordados e alvo de escrutínio.

A prática de ensino supervisionada foi realizada na Escola Secundária Jerónimo Emiliano de Andrade, situada na cidade de Angra do Heroísmo, Açores.

A turma cooperante pertencia ao 10.º ano de escolaridade, do curso de técnico/a de gestão, integrante do Programa Formativo de Inserção de Jovens (PROFIJ), sendo a Unidade de Formação de Curta Duração (UFCD) lecionada – Marketing, principais variáveis.

No decorrer de todo o relatório poderão ser encontrados seis grandes capítulos, desdobrados em subcapítulos.

No primeiro capítulo são abordadas as questões iniciais, inerentes à realização de um relatório de prática de ensino supervisionada.

De seguida, no capítulo dois, apresenta-se o enquadramento teórico onde são descritos os dois principais conceitos deste relatório, sendo eles o trabalho de grupo e o desenvolvimento de competências.

Posteriormente, a caracterização de todo o contexto escolar bem como da turma, do curso e da unidade didática, são apresentados no capítulo três.

No quarto capítulo poderá ser constatado de que forma toda a planificação foi realizada, desde a planificação de curto prazo até ao cenário de aprendizagem, passando também por todo o processo ocorrido aquando da implementação do trabalho de grupo como metodologia de ensino-aprendizagem.

A análise de resultados encontra-se no capítulo cinco, onde quer os questionários realizados aos alunos e as suas respostas quer a análise do diário de campo trabalhado ao longo de todo o processo de observação e lecionação da prática de ensino supervisionada estão descritos.

Por fim, no último capítulo, inicialmente é apresentado um balanço reflexivo percorrendo todo o percurso do relatório de prática de ensino supervisionada, bem como apresentadas algumas sugestões para trabalhos futuros dentro desta área. Finalmente, no último ponto, é feita uma reflexão final.

Capítulo I - Metodologia do estudo

A metodologia utilizada tratou-se de um estudo de caso, com observação participante em que o professor, numa primeira fase, apenas observa para depois intervir, tentando implementar um trabalho de grupo que potencie o desenvolvimento de competências.

Ao longo deste capítulo, estarão descritos os objetivos do estudo, as questões de investigação bem como os instrumentos de recolha de dados.

O tema escolhido para a intervenção pedagógica a realizar na Escola Secundária Jerónimo Emiliano de Andrade foi: *O trabalho de grupo como elemento potenciador do desenvolvimento de competências em alunos do 10.º ano na disciplina de Marketing.*

1.1. Objetivos

Nos dias que correm, mais do que nunca, o foco do processo de ensino-aprendizagem está voltado para os alunos e cada vez mais se torna importante e pertinente debater o tema do desenvolvimento de competências em alunos do século XXI. As competências que os alunos necessitam adquirir não são, de todo, um tema até hoje não trabalhado. Segundo Voogt e Roblin citados em Faria, Rodrigues, Perdigão e Ferreira (2017), o pensamento crítico e a resolução de problemas são ambas competências pretendidas para o aluno do século XXI, já estando associadas ao desempenho académico há muito tempo.

A novidade em relação a este tema, prende-se com a necessidade de possuir e a capacidade de utilizar as competências, com vista ao alcance do sucesso individual e coletivo, na sociedade atual. Rotherham e Willingham citados em Faria et al. (2017) apresentam esta ideia dizendo que “Atualmente, a novidade prende-se com a necessidade de possuir essas competências para alcançar sucesso individual e coletivo, de acordo com as mudanças económicas e sociais que se têm verificado a nível mundial” (p. 7).

Para que essas mesmas competências sejam adquiridas e aperfeiçoadas pelos alunos, facilitando e dando-lhes ferramentas possíveis de utilizar, quer no quotidiano quer num futuro profissional, é necessário que se torne claro e que se implementem metodologias que permitam desenvolver tais competências.

O trabalho de grupo, tema central deste estudo que será desenvolvido no enquadramento teórico, é considerado uma metodologia de ensino. No entanto, e por experiência pessoal, considero que seja uma metodologia por vezes não tão bem implementada, e que, conseqüentemente, poderá ficar aquém das suas potencialidades.

Objetiva-se então uma exploração aprofundada do conceito de trabalho de grupo que me permita a mim, enquanto futuro docente, compreender a sua aplicação com busca de resultados específicos em cada situação concreta.

Deste modo, os objetivos deste estudo são:

- Analisar de que forma pode o trabalho de grupo, como metodologia de ensino-aprendizagem, potenciar o desenvolvimento de competências;
- Planificar, elaborar e implementar um trabalho de grupo que permita o desenvolvimento de competências dos alunos através da aprendizagem dos conteúdos.

1.2. Questões de Investigação

Conseqüentemente, como questões de investigação a trabalhar ao longo do relatório e da prática de intervenção na escola, optei por selecionar as seguintes:

- Poderá o trabalho de grupo ser uma metodologia de ensino-aprendizagem potencializadora do desenvolvimento de competências?
- Como planificar, elaborar e implementar um trabalho de grupo que permita aos alunos aprenderem os conteúdos e desenvolverem simultaneamente as suas competências?

1.3. Instrumentos de Recolha de Dados

No desenvolvimento deste estudo, os principais instrumentos de recolha de dados utilizados foram: o diário de campo, o qual permite relatar todas as atividades decorridas aquando das aulas observadas bem como das aulas lecionadas. Para além do relato, permite que sejam feitas reflexões associadas ao observado em sala de aula. Ainda como instrumento de recolha de dados foi utilizado o inquérito por questionário, tendo como principal objetivo quantificar a perceção dos alunos em relação ao trabalho desenvolvido ao longo da implementação da prática de ensino supervisionada.

1.3.1. Diário de Campo

O diário de campo será um dos instrumentos afetos à recolha de dados. Na sua realização, foram detalhados e retratados, com a respetiva reflexão, os acontecimentos quer durante a parte inicial em que o professor assiste a aulas de diferentes turmas até definir qual será a sua turma de intervenção quer durante o processo de implementação da intervenção pedagógica. O diário de campo afeto a este percurso pode ser consultado nos apêndices a este relatório, em concreto no apêndice I.

Segundo Bogdan e Biklen (1994), é necessário planear, calculando a quantidade de intervenções, tendo em mente o estudo que se pretende realizar. Desta forma, foram observados, numa fase inicial, em seis tempos letivos, três turmas diferentes, sendo posteriormente escolhida a turma a trabalhar. Depois de definida a mesma, de um Curso de técnico/a comercial I, foram lecionados vinte tempos letivos. Todos estes vinte tempos letivos, são acompanhados e relatados no diário de campo, onde se constata o decorrer da aula e também observações e reflexões consideradas pertinentes de acontecimentos que de uma forma ou de outra, no entender do professor possam influenciar as atitudes e ações dos alunos no seu processo de aprendizagem, quer sejam esses momentos alvo de observações positivas ou de observações menos positivas. Considerando assim os factos que possam indicar se o trabalho de grupo pode ser um fator potencializador da construção e do desenvolvimento das competências pretendidas para alunos do século XXI, assim como os pontos fortes e fracos das atividades a decorrer.

Ao longo da intervenção, irão sendo assumidos variados papéis enquanto observador, desde o observador de campo, até aos dois extremos, sendo o completo observador e o observador que se distingue dos sujeitos apenas por pequenas diferenças. Sobre esta ideia importa referir:

Num dos extremos situa-se o observador completo. Neste caso, investigador não participa em nenhuma das atividades do local onde decorre o estudo. Olha para a cena, no sentido literal ou figurativo, através de um espelho de um só sentido. No extremo oposto, situa-se o observador que tem um envolvimento completo com a instituição, existindo apenas uma pequena diferença discernível entre os seus comportamentos e o sujeito. Os investigadores de campo situam-se algures entre estes dois extremos (Bodgan & Biklen, 1994, p. 125).

A observação realizada ao longo de todo o relatório comportará duas vertentes diferentes, indo ao encontro dos dois extremos supramencionados. Num dos extremos, aquele em que o observador é um elemento participante da observação, como referem os investigadores Almeida e Pinto (1991), “a característica diferencial da observação participante, em relação às outras técnicas, consiste na inserção do observador no grupo observado” (p.97). Ainda sobre a observação direta Almeida e Pinto (1990) defendem que a mesma não está isenta de subjetividade, uma vez que a pertença de um investigador em algum grupo social implicará dimensões afetivas que poderão enviesar os resultados constatados. Conclui-se que este método embora abonatório como metodologia investigativa terá que ser elaborado e trabalhado com alguma sensibilidade e rigor.

1.3.2. Inquérito por Questionário

Com o intuito de recolher as opiniões dos alunos, quanto à sua perceção em relação ao trabalho de grupo como elemento potencializador de competências foi elaborado um inquérito por questionário. A escolha do questionário deveu-se à sua praticidade e ao suposto conhecimento, por parte dos alunos, sobre este instrumento. Segundo Afonso citado em Costa (2016), o inquérito é um dos instrumentos de investigação mais conhecidos.

De acordo com Almeida e Pinto (1990) o questionário é um procedimento técnico utilizado por várias ciências sociais e privilegiado pelas mesmas em relação a

outros procedimentos, adequando-se metodologicamente às exigências controladas dos objetos a construir.

Lima (2000) refere que o inquérito por questionário corresponde ao mais estruturado e rígido dos tipos de entrevista.

De acordo com Ghiglione e Matalon (1992) um inquérito por questionário deverá ser aplicado quando existem questões inicialmente colocadas, tendo o investigador que saber com exatidão o que procura. Ainda sobre este tema Lima (2000) refere que os inquéritos podem ser usados para o construir de dois tipos de objetivos, sendo eles; o progresso do conhecimento e análise científicos e a intervenção na realidade social. Neste caso, e existindo questões de investigação, as mesmas são um bom ponto de partida para a elaboração de um inquérito por questionário.

As diferentes fases de preparação de um inquérito por questionário deverão ser caracterizadas, segundo Almeida e Pinto (1990) e Lima (2000) por:

1. Planeamento do inquérito
2. Preparação do instrumento de recolha de dados
3. Trabalho no terreno: no caso de se optar pela realização de um inquérito de administração indireta
4. Análise dos resultados
5. Apresentação dos resultados

Para que esta metodologia de investigação seja implementada com sucesso e para que seja permitido numa fase final comparar as respostas:

É absolutamente indispensável que cada questão seja colocada a cada pessoa da mesma forma, sem adaptações nem explicações suplementares resultantes da iniciativa do entrevistador. Para que tal seja possível é, evidentemente necessário que a questão seja perfeitamente clara, sem nenhuma ambiguidade e que a pessoa saiba exatamente o que se espera dela (Ghiglione & Matalon, 1992, pp. 110-111).

Como parte conclusiva do inquérito por questionário temos a análise dos resultados e a sua discussão. A propósito deste assunto podemos referir:

O último passo para uma investigação consistirá na análise de dados, seja qualitativo, seja quantitativo, e, sempre que possível, ambos, vai permitir ao investigador e ao profissional retirar conclusões do seu estudo junto de um indivíduo, grupo, situação ou instituição (Almeida e Freire, 2017, p. 135).

Capítulo II - Enquadramento Teórico

2.1. Metodologia de Trabalho de Grupo

O trabalho de grupo é um tema que se não for bem definido e caracterizado corre o risco de ser confundido com a aprendizagem baseada em problemas ou mesmo com outras metodologias semelhantes. Embora a linha que separa estas diferentes metodologias seja ténue, torna-se de maior interesse a boa caracterização e definição da metodologia adotada, ao longo deste capítulo.

Nesta temática é importante ter bem presente que o trabalho de grupo e a aprendizagem cooperativa completam-se e estão sempre associadas. Defendendo esta ideia sobre o trabalho de grupo, Lopes e Silva cit. por Correia (2016), dizem-nos que se trata de “um método de ensino que consiste na utilização de pequenos grupos, de tal modo que os alunos trabalham em conjunto para maximizarem a sua própria aprendizagem e a dos colegas.” (p. 15).

Castro e Ricardo (2003) definem grupo como um conjunto de pessoas que interagem, tendo consciência umas das outras e que se percebem como um grupo. Para que um trabalho de grupo seja possível de realizar é imperativo que cada membro, individualmente, se aproprie do projeto coletivo.

A expressão trabalho de grupo embora por vezes equívoca, tende a ser aceite e entendida pelos agentes do processo de ensino-aprendizagem como ativador e potenciador da ativação dos saberes bem como da intervenção de cada aluno, segundo Pato (1995).

Johnson e Johnson, Lazarowitz, Hertz-Lazarowitz e Baird, Watson e Marshall, Putman cit. por Reis (2013) mencionam que diversos resultados provenientes da investigação revelam que a utilização do trabalho de grupo conduz a diferentes resultados. Sendo eles:

- Aprendizagem de maior quantidade e informação;
- Aumento da confiança e da motivação para aprender;

- Aumento do desempenho acadêmico;
- Promoção de competências e pensamento crítico;
- Desenvolvimento de atitudes mais positivas relativamente ao tema em estudo;
- Maior aceitação das diferenças entre pares;
- Promoção de competências interpessoais.

Importa então explorar o tema indo sempre ao encontro dos diferentes resultados já constatados em investigações anteriores, tentando sempre aprimorá-los permitindo aos alunos desenvolverem quer as competências supramencionadas quer uma maior aceitação dos pares, de entre todos os outros indicadores. Reforçando esta associação positiva ao trabalho de grupo, podemos ainda referir:

O trabalho de grupo (...) Potencia, também, a capacidade de saber escutar os outros e de, a partir dessa escuta, eventualmente alargar horizontes e melhorar a compreensão pessoal do(s) assunto(s) em estudo. Desenvolve, ademais, a capacidade de raciocínio, pelo apelo que faz à exposição argumentativa e contra-argumentativa das ideias e opiniões do aluno. Reforça, enfim, o espírito crítico-analítico e competência para, por um lado, tomar decisões e atitudes próprias perante um tema ou problema, mas também, por outro lado e porque se está em diálogo, em relação com outros, para não menosprezar, antes pelo contrário, a abertura às posições alheias (Casulo, 2011, p. 163).

Pato (1995) refere que o trabalho de grupo permite que os alunos potenciem a sua aprendizagem e o seu desenvolvimento, como metodologia indispensável em sala de aula.

Embora a definição, explicitação e o bom entendimento da definição do trabalho de grupo seja um tema central, quer neste relatório de prática supervisionada quer no quotidiano dos contextos escolares, profissionais e em todos os ambientes onde essa metodologia seja aplicada, o bom entendimento do conceito não basta para a prática e a própria implementação serem bem sucedidas. Desta forma, importa perceber todas as peças do puzzle que o compõem como um todo.

Segundo Freitas e Freitas (2003) existe uma enorme variedade de processos possíveis a adotar na criação de grupos, variando os critérios de adoção desde o período temporal a trabalhar até à homogeneidade ou heterogeneidade dos mesmos.

De acordo com Kagan (1985), e no seguimento de um estudo realizado com objetivos analíticos de compreensão das dimensões das estruturas cooperativas, existem pelo menos seis métodos de trabalho colaborativo - STAD¹, TGT², The original Jigsaw, Jigsaw II, Group investigation e Co-op Co-op – em que todos os grupos respeitam o intervalo entre três e sete elementos como estrutura colaborativa. De entre os diferentes cenários aplicados, a investigação em grupo será alvo de algum destaque, pela sua proximidade ao conhecimento generalizado nas escolas.

Segundo Sharan e Hertz-Lazarowitz citado por Kagan (1985) o processo inicial para a implementação da investigação deverá ser a coordenação de quatro dimensões dentro da sala de aula, sendo elas:

- Transformar a sala de aula num grupo de grupos;
- O uso de tarefas de aprendizagem multifacetadas para a investigação cooperativa de grupos;
- A inclusão da comunicação multilateral entre os alunos e ativar habilidades de aprendizagem;
- A comunicação do professor com os grupos e a sua orientação.

Ainda sobre este processo, é esperado que os alunos progridam ao longo de seis etapas:

- Etapa I: Identificar o tópico e organização dos alunos em grupos de pesquisa;
- Etapa II: Planificar as tarefas de aprendizagem;
- Etapa III: Realizar a investigação;
- Etapa IV: Preparar o relatório final;
- Etapa V: Apresentar o relatório final;
- Etapa VI: Avaliação.

Na criação dos grupos, Pato (1995) transporta-nos para a realidade das turmas já existentes naquele tempo, em que as mesmas eram constituídas entre vinte e cinco e trinta alunos. Nestes casos os grupos devem ser formados nunca por mais de cinco

¹ Student Teams-Achievement Divisions

² Team-Games-Tournaments

elementos, fixando assim um máximo de seis grupos por turma. Ainda sobre este tópico, o do número máximo de cinco alunos por grupo, é de referir que “verifica-se, na prática, que com um número superior, os grupos tendem a subdividir-se” (Pato, 1995, p.26).

Ainda sobre a criação dos grupos, importa definir a homogeneidade ou heterogeneidade dos mesmos. Para Pato (1995), os grupos homogêneos em que os alunos são agrupados por aproveitamento, a aprendizagem irá decorrer em círculo fechado, permitindo a acentuação dos desníveis entre os extremos. Nos grupos heterogêneos, embora se verificado algum desfasamento entre alunos ao qual o professor deverá dar mais atenção, existe um raciocínio lógico próprio das várias faixas etárias, facilitando a comunicação entre alunos o que permitirá uma maior diversidade no que toca a experiência de vida, hábitos de trabalho, etc. Permitindo a troca mútua de conhecimentos e de capacidades. Reforçando esta ideia (Pato, 1995) questiona “Quantas vezes um aluno se faz compreender melhor, tirando ao colega a dúvida que o professor não conseguiu desfazer” (p.27).

Segundo Murphy et al. (2017) um dos assuntos mais controversos na criação de pequenos grupos de trabalho incide sobre se os mesmos deverão ser homogêneos ou heterogêneos. Inicialmente os grupos homogêneos indicam um melhor aproveitamento dos alunos, no entanto, quando diferentes níveis de habilidade são verificados entre alunos, os alunos com menores capacidades parecem sair mais favorecidos integrados em grupos heterogêneos, enquanto os alunos com maiores capacidades ganham mais nos grupos homogêneos.

Existem vários fatores que determinam a prestação de um grupo no seu todo. A coesão num grupo de trabalho poderá favorecer ou dificultar a unidade dentro do grupo. Segundo Castro e Ricardo (2003), existem variados fatores que diminuem a coesão do grupo e outros que a aumentam.

Como fatores considerados menos positivos para a boa coesão do grupo, podemos encontrar desde o desacordo quanto à tarefa proposta até à dominação de um dos elementos do grupo para com os outros (Quadro 1). Por outro lado, como fatores

que aumentam a coesão do grupo podemos encontrar desde o acordo quanto à tarefa proposta até à competição existente entre grupos (Quadro 1).

Quadro 1 – Fatores de coesão do trabalho de grupo

Fatores que diminuem a coesão do grupo:	Fatores que aumentam a coesão do grupo:
Desacordo quanto à tarefa e/objetivos.	Acordo quanto à tarefa e/objetivos
Grupo muito grande.	Frequência das interações.
Experiências desagradáveis.	Boas relações, bom humor.
Competição dentro do grupo.	Competição entre grupos.
Dominação exercida por um ou vários membros.	Avaliação positiva.

Inicialmente, os alunos poderão não estar habituados a trabalhar em grupo, determinando o foco do professor nestes aspetos o sucesso do mesmo.

Correia (2016), aborda as diferentes categorias de aprendizagem cooperativa, focando-se nos três tipos de grupos existentes:

- Grupos informais;
- Grupos formais;
- Grupos de base.

De acordo com Correia citado em Curado (2017), os grupos informais trabalham durante pouco tempo, podendo ser de alguns minutos até uma aula inteira. Segundo Fontes e Freixo citado por Correia (2016), estes tipos de grupos são essencialmente criados para a prática do ensino direto, evitando a dispersão através da criação de um clima favorável à aprendizagem.

Os grupos formais, considerados os grupos adequados para trabalhos mais prolongados, atribuem tarefas específicas a cada aluno, conseguindo assim o seu papel ativo no trabalho. A propósito desta ideia, podemos referir:

Quando os alunos trabalham em grupos cooperativos formais, envolvem-se ativamente no trabalho intelectual de organizar os materiais de apoio necessários à realização da tarefa, exploraram-nos e explicam-nos integrando-os nas estruturas conceptuais existentes. Este tipo de grupos é considerado o grupo cooperativo por excelência, adequando-se a qualquer atividade de aprendizagem (Fontes e Freixo cit. por Correia, 2016, pp. 15-16).

Para Niza (1998), o processo gerado da cooperação de pequenos grupos ou pares, em que ambos trabalham para atingirem objetivos comuns, tem-se revelado, a melhor metodologia para a aquisição de competências. Esta afirmação vem demonstrar, de uma forma clara, a pertinência do trabalho de grupo nas escolas como as conhecemos.

2.2. Desenvolvimento de Competências na Educação

Segundo Esteves (2009), o conceito de competência, embora já existente, ressurgiu na área da educação no final do século XX, relacionado com a aprendizagem dos alunos.

Nos dias que correm, e com o mundo tornado numa aldeia global, o desenvolvimento de competências, como parte integrante dos currículos escolares, volta a estar novamente na ordem do dia. Segundo Santos e Leal (2017), competências como o pensamento crítico e a resolução de problemas, surgem como dimensões associadas ao processo de ensino e aprendizagem, e como tal, entre outras, o seu desenvolvimento torna-se fulcral em todo o processo escolar de alunos do século XXI. Indo ao encontro desta ideia, podemos ainda referir que:

As competências são determinantes no perfil dos alunos, numa perspetiva de construção coletiva que lhes permitirá apropriarem-se da vida, nas dimensões do belo, da verdade, do bem, do justo e do sustentável, no final de 12 anos de escolaridade obrigatória (Martins et al., 2017, p. 12).

A palavra *competências* não é uma palavra consensual, podendo ter vários significados e interpretações. Sendo este conceito um dos pilares deste relatório de prática supervisionada, embora um capítulo apenas não seja o suficiente para o definir de uma forma que abranja todas as suas vertentes, tentar-se-á de uma forma clara direcionar a palavra *competências* para a sua aplicabilidade no âmbito escolar e direcionada sempre para os alunos.

A palavra *competência* por diversas vezes aparece, ou não, associada ao termo utilizado diariamente como *skills*, como propõem Deis e Winterton (2005), remetendo-nos para uma tipologia da palavra que combina conhecimento, aptidões (*skills*) e

competências sociais. Por outro lado, temos Suleman (2003) que distingue os saberes básicos da aquisição de conhecimentos dos denominados *skills*.

Santos e Leal (2017) chegaram à conclusão que a palavra *competências* pode ser definida “como a capacidade de mobilizar adequadamente os resultados da aprendizagem/conhecimentos prévios num determinado contexto” (p. 4). Ainda sobre este tema importa referir que, segundo Esteves (2009) “o conceito remete para um certo número de traços particularizáveis evidenciados na ação, que podem ser observados e descritos sem que necessariamente se lhes tenha de atribuir um valor” (p. 39).

É possível constatar que a palavra *competências* não é uma palavra de fácil definição e muito menos de fácil quantificação. No entanto, sendo considerada um dos atributos pretendidos para o perfil do aluno do século XXI, tem de ser estudada e abordada com o intuito de se perceber quais os formatos que permitem a sua melhor implementação e por consequente, realização. Como sendo uma palavra necessária para a ação de todo o desenrolar do estágio de prática supervisionada, entendamos *competências* como:

Capacidade de mobilizar adequadamente os resultados da aprendizagem num determinado contexto, segundo Santos e Leal (2017).

Segundo Perrenoud (2001), é preciso reconhecer e tornar como ponto assente que os professores, mais do que meros detentores de conhecimento, deverão ser detentores de competências, antes reservadas apenas aos inovadores ou àqueles que precisavam lidar com públicos difíceis.

Estando nós, professores, alunos e toda a comunidade educativa no século XXI em constante contacto e fazendo parte de um sistema educativo de ensino que vem nos últimos tempos a trabalhar para colmatar estas necessidades, o *perfil dos alunos à saída da escolaridade obrigatória*, documento elaborado pelo grupo de trabalho criado nos termos do Despacho n.º 9311/2016, de 21 de julho, deverá ser interpretado, explorado, melhorado e concretizado por todos. As categorias de competências previstas nesse mesmo documento (dez), segundo Martins et al. (2017, pp. 12-17), são as seguintes discriminadas no quadro 2:

1. Linguagem e textos;
2. Informação e comunicação;
3. Raciocínio e resolução de problemas;
4. Pensamento crítico e pensamento criativo;
5. Relacionamento interpessoal;
6. Autonomia e desenvolvimento pessoal;
7. Bem-estar e saúde;
8. Sensibilização estética e artística;
9. Saber técnico e tecnologias;
10. Consciência e domínio do corpo.

Quadro 2 – Competências esperadas nos alunos por categoria segundo Martins et al. (2017, pp. 12-17)

Categoria	Competências esperadas nos alunos
Linguagem e textos	-Utilizar de modo proficiente diferentes linguagens simbólicas associadas às línguas (língua materna e línguas estrangeiras), à literatura, à música, às artes, às tecnologias, à matemática e à ciência; -Aplicar estas linguagens de modo adequado aos diferentes contextos de comunicação, em ambientes analógico e digital; -Dominar capacidades nucleares de compreensão e de expressão nas modalidades oral, escrita, visual e multimodal.
Informação e comunicação	-Utilizar e dominar instrumentos diversificados para pesquisar, descrever, avaliar, validar e mobilizar informação de forma crítica e autónoma, verificando diferentes fontes documentais e a sua credibilidade; -Transformar a informação em conhecimento; -Comunicar e colaborar de forma adequada e segura, utilizando diferentes tipos de ferramentas (analógicas e digitais), seguindo as regras de conduta próprias de cada ambiente.
Raciocínio e resolução de problemas	-Planear e conduzir pesquisas; -Gerir projetos e tomar decisões para resolver problemas; -Desenvolver processos conducentes à construção de produtos e de conhecimento, usando recursos diversificados.
Pensamento crítico e pensamento criativo	-Pensar de modo abrangente e em profundidade, de forma lógica, observando, analisando informação, experiências ou ideias, argumentando com recurso a critérios implícitos ou explícitos, com vista à tomada de posição fundamentada; -Convocar diferentes conhecimentos, utilizando diferentes metodologias e ferramentas para pensarem criticamente; -Prever e avaliar o impacto das suas decisões; -Desenvolver novas ideias e soluções, de forma imaginativa e inovadora, como resultado da interação com outros ou da reflexão pessoal, aplicando-as a diferentes contextos e áreas de aprendizagem.
Relacionamento interpessoal	-Adequar comportamentos em contextos de cooperação, partilha, colaboração e competição; -Trabalhar em equipa e usar diferentes meios para comunicar e trabalhar presencialmente e em rede; -Ouvir, interagir, argumentar, negociar e aceitar diferentes pontos de vista, ganhando novas formas de estar, olhar e participar na sociedade.

Desenvolvimento pessoal e autonomia	<ul style="list-style-type: none"> -Identificar áreas de interesse e de necessidade de aquisição de novas competências; -Consolidar e aprofundar as que já possuem, numa perspetiva de aprendizagem ao longo da vida; -Estabelecer objetivos, traçar planos e projetos e serem autónomos na sua concretização.
Bem-estar e saúde	<ul style="list-style-type: none"> -Adotar comportamentos que promovem a saúde e o bem-estar, designadamente nos hábitos quotidianos, na alimentação, na prática de exercício físico, na sexualidade e nas suas relações com o ambiente e a sociedade; -Manifestar consciência e responsabilidade ambiental e social, trabalhando colaborativamente para o bem comum, com vista à construção de um futuro sustentável.
Sensibilidade estética e artística	<ul style="list-style-type: none"> -Apreciar criticamente as realidades artísticas e tecnológicas, pelo contacto com os diferentes universos culturais; -Entender a importância da integração das várias formas de arte nas comunidades e na cultura; -Compreender os processos próprios à experimentação, à improvisação e à criação nas diferentes artes, tanto em relação ao património cultural material e imaterial, como à criação contemporânea.
Saber técnico e tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> -Manipular e manusear materiais e instrumentos diversificados para controlar, utilizar, transformar, imaginar e criar produtos e sistemas; -Executar operações técnicas, segundo uma metodologia de trabalho adequada, para atingir um objetivo ou chegar a uma decisão ou conclusão fundamentada, adequando os meios materiais e técnicos à ideia ou intenção expressa; -Adequar a ação de transformação e criação de produtos aos diferentes contextos naturais, tecnológicos e socioculturais, em atividades experimentais e aplicações práticas em projetos desenvolvidos em ambientes físicos e digitais.
Consciência e domínio do corpo	<ul style="list-style-type: none"> -Ter consciência do seu próprio corpo; -Ajustar o tipo de comportamento motor a adotar, face à ação desejada; -Controlar e dominar o corpo segundo a natureza da atividade e os contextos em que ocorrem.

Embora pareça algo assustador, este será o mundo que os jovens de hoje, adultos do amanhã terão de viver. Mais do que nunca urge a necessidade de se desenvolverem competências que permitam a cada um, individualmente e em conjunto, trabalhar, superando-se no dia a dia caminhando para um futuro melhor.

Indo ao encontro desta ideia, podemos referir:

Queiramos, ou não, será neste mundo que os estudantes das nossas escolas terão de integrar-se, diferenciar-se e afirmar-se se quiserem encontrar a sua plena realização. Por isso se justifica que sejam claramente explicadas, para além dos princípios e valores, as relações entre os desafios civilizacionais acima esboçados e as competências que esses jovens deverão possuir se quiserem escapar, ao longo da vida, ao estatuto de precários, subempregados, “nem-nem” (Figueiredo, 2017).

2.3. O Trabalho de Grupo como Metodologia de Ensino-Aprendizagem no Desenvolvimento de Competências

Como já constatado, o desenvolvimento de competências nos alunos deverá ser um dos principais focos dos professores dos dias de hoje. A questão que se segue, depois de interiorizada esta ideia será: “Qual a melhor metodologia de ensino-aprendizagem a utilizar?”.

Como qualquer assunto, quando recente, torna-se alvo de muitas críticas, ideias, opiniões, que por sua vez tornam a escolha da metodologia a utilizar, consoante cada situação, num processo difícil e pouco fundamentado. Desta forma, importa detalhar processos analisando resultados e ajudar de forma humilde na construção de um melhor ambiente de aprendizagem que proporcione os objetivos pretendidos e que se adequa a cada situação.

A hipótese levantada foi a de que o trabalho de grupo, como metodologia de ensino-aprendizagem, pode, ou não, ser um bom instrumento que potencie e/ou desenvolva as competências dos alunos. Contudo, como o trabalho de grupo, existem as mais variadas metodologias que poderão ter um impacto mais ou menos positivo no fim proposto. Assim, torna-se imperativo aprofundar e detalhar de que forma um trabalho de grupo pode potenciar as competências esperadas nos alunos do século XXI.

O trabalho de grupo permite que os alunos trabalhem no sentido de se tornarem cidadãos conscientes e detentores de competências que lhes permitam a apropriação da vida no seu todo. Segundo Valente (2012), “as sociedades atuais exigem cada vez mais que os cidadãos saibam como viver juntos de forma democrática”.

Sendo a aprendizagem um processo constante no contexto escolar e tendo nós professores que a potenciar nos alunos, existe a constante necessidade de relacionar todos os fatores que possam ser determinantes nesse processo, ainda mais, num contexto de trabalho de grupo, onde o trabalho dos alunos se realiza em grupo. A propósito desta ideia, podemos referir:

A aprendizagem é um processo constante do aluno, onde cada um tem uma relação diferente com o saber, influenciado pelo contexto sociocultural, em que a troca e a

partilha de experiências aumenta a quantidade de soluções, ideias e a qualidade das opções realizadas. O trabalho em equipa deve servir para melhorar o desempenho das tarefas escolares (Gomes, 2014, p. 20).

Nos tempos atuais, o que se pretende dos alunos vai muito mais além do que apenas a transmissão de conhecimentos. Espera-se que os alunos para além dos conhecimentos, sejam cada vez mais detentores de competências, que englobam os conhecimentos e a sua utilização. Segundo Rodrigues (2012) “a introdução da noção de competência e da sua relevância nos sistemas de educação e formação tem sido um dos principais pilares das reformas educativas efetuada em vários países” (p. 28).

Perrenoud (1991) transmite-nos a ideia de que algumas pessoas sentem que para se desenvolverem competências em ambiente escolar, o ensino de disciplinas específicas irá ficar carenciado, sendo necessário canalizar todas as energias para o ensino das competências transversais. A implementação do TG como metodologia de ensino-aprendizagem vem demonstrar que existe espaço para que, a par com conhecimento científico e técnico de cada disciplina, o desenvolvimento de competências possa ser realizado, dando aos alunos oportunidade de relacionarem o conhecimento já adquirido, com as competências, tendo como finalidade, em cada caso concreto, que os objetivos propostos num qualquer guião sejam alcançados.

Perrenoud (1999) refere que “para enfrentar uma determinada situação da melhor maneira possível, deve-se, via de regra, pôr em ação e em sinergia vários recursos cognitivos complementares, entre os quais estão os conhecimentos” (p. 7).

Como já mencionado no primeiro ponto deste capítulo, o trabalho de grupo está diretamente ligado ao trabalho cooperativo e por consequente à aprendizagem cooperativa, onde cada aluno trabalha, individualmente e em grupo para atingir um objetivo comum. O trabalho cooperativo define-se principalmente por esse mesmo princípio, o da cooperação. A propósito desta ideia podemos referir:

O que distingue fundamentalmente a aprendizagem cooperativa é o facto de que o sucesso de um aluno contribui para o sucesso do conjunto dos membros do grupo. Este mecanismo de facilitação social adquire tanta maior eficácia quanto mais conscientes forem os membros cooperantes desta regra estrutural que os une” (Niza, 1998, p. 4).

Esta afirmação transmite uma ideia clara de que o trabalho, a partilha, a troca, a ajuda, e todas as demais ações realizadas no desenrolar de um trabalho de grupo permite que os alunos evoluam ao nível das suas competências, fazendo uso das já adquiridas e aperfeiçoando-as, bem como desenvolvendo novas.

As atividades informais praticadas no dia a dia da Escola, quer nos intervalos, quer nas horas de almoço, a que todos os alunos têm direito, fomentam um espírito de grupo e de inserção na coletividade, segundo Dessen e Polonia (2007). Conseguindo conciliar essa mesma atividade vivida pelos alunos de forma tão entusiasta, como é o esperar pelo intervalo e fazer parte do mesmo, e trazê-la para dentro da sala de aula, em que o espírito de grupo possa ser vivenciado e partilhado, a aproximação entre o saber, as competências e a preparação do próprio aluno para o perfil desejado, tornar-se-á cada vez mais um processo intrínseco e fluido da comunidade escolar.

Indo ao encontro do tema central deste relatório, pretende-se que os alunos, em pequenos grupos, maximizem a sua própria aprendizagem, bem como a dos colegas, segundo Lopes e Silva cit. por Correia (2016). O conhecimento, adquirido pelos alunos numa fase inicial da prática de ensino supervisionada deverá ser mobilizado de forma a que os resultados pretendidos com o trabalho de grupo, sejam atingidos, com a consequente construção e desenvolvimento de competências.

Neste caso, e visto que o trabalho de grupo visa a colaboração entre alunos, atividade que poderá fomentar algumas interações no seu desenrolar, pretende-se tentar perceber, em que medida o mesmo potencia o desenvolvimento das competências pretendidas, visto na fundamentação teórica e na definição de ambos os conceitos ser possível perceber que existe espaço para a boa relação entre ambos.

Capítulo III – Contexto Escolar

3.1. Escola Cooperante

A Escola Secundária Jerónimo Emiliano de Andrade, adiante designada de ESJEA, nasceu do antigo Liceu Nacional de Angra do Heroísmo e teve como seu primeiro reitor o padre Jerónimo Emiliano de Andrade. Nem sempre a sua localização se encontrou no edifício atual, tendo tido as suas primeiras instalações no Convento de São Francisco e também, durante um certo período, no Palácio Bettencourt.

Passando a ESJEA por várias fases e edifícios, nos dias de hoje, encontra-se situada na cidade de Angra do Heroísmo. É uma escola central, que abrange desde o sétimo ano de escolaridade até ao décimo segundo ano, incluindo também o ensino recorrente, o ensino vocacional e o PROFIJ³.



Figura 1 - Escola Secundária Jerónimo Emiliano de Andrade

A escola conta na sua composição com 8 corredores afetos a salas de aula e a largos espaços para atividades dos alunos, desde campos de futebol a zonas verdes.

O Projeto Educativo de Escola da ESJEA, daqui em diante designado por PEE assenta sobre um tema globalizador: “Capacitar cada jovem para pensar e construir um mundo melhor”.

Na sua estrutura o PEE conta com cinco grandes temas, sendo eles:

³ Programa formativo de inserção de jovens

- Introdução;
- Caracterização do Meio e da Escola;
- A Escola;
- Tema globalizador do PEE;
- Avaliação e acompanhamento do PEE;

Na introdução do PEE é-nos possível verificar o foco da escola quer nas aprendizagens essenciais, quer no perfil do aluno, promovendo-lhes melhores conhecimentos, capacidades, atitudes, valores humanistas bem como uma consciência cívica e ambiental responsável. A escola é membro integrante no Projeto de Autonomia e Flexibilidade Curricular, participando com quatro turmas do 7.º ano de escolaridade, nomeadamente nas disciplinas de Matemática, Ciências Naturais e Geografia.

No capítulo seguinte do PEE destaca-se o tópico “O Meio – Contexto geográfico e económico-social”, onde poderão ser consultadas informações quer do meio envolvente ao nível do número de habitantes e da área geográfica da região, quer ao nível de uma envolvência mais abrangente, enquadrando a cidade de Angra do Heroísmo e em concreto a ESJEA, no Arquipélago dos Açores.

No capítulo “escola” é descrito todo o processo de criação da mesma até aos dias de hoje. Conta ainda neste tópico com a discriminação de todos os espaços quer letivos quer extraletivos, desde salas de aula até ao conselho executivo, dividindo todos os espaços por pisos.

No quarto capítulo, provavelmente o tema principal de todo o PEE, detalham-se ao pormenor os objetivos gerais e as áreas específicas de intervenção. Dentro de cada área específica de intervenção, as mesmas estão divididas em objetivos específicos, estratégias e resultados. As quatro áreas específicas de intervenção são:

- Melhoria das aprendizagens
- Promoção de atitudes e valores
- Dignificação do trabalho docente

- Consolidação de um ambiente de escola propício ao trabalho colaborativo e à interação com a comunidade envolvente

No último capítulo do PEE, é possível consultar qual a avaliação e o acompanhamento de todo o PEE.

O PEE da ESJEA é um projeto estruturado, que demonstra o conhecimento da realidade a que a escola pertence bem como quais os fatores a melhorar na mesma e quais as áreas de intervenção prioritárias. Permite-nos, numa leitura simples aceder a toda essa informação de uma forma clara e objetiva.

3.2. Turma Cooperante

A turma cooperante é uma turma do 10.º ano do PROFIJ, nível IV, do curso de técnico comercial, horário diurno, composta por 14 alunos, com idades compreendidas entre os 15 e os 19 anos, tendo presente em sala de aula entre 12 e 14 alunos. A turma em questão poderá ser caracterizada como uma turma com muita energia, irrequieta e por vezes um pouco barulhenta.

Embora as características supramencionadas possam ser consideradas algo pejorativas, a turma em si também demonstra ser uma turma com alguma curiosidade e vontade de aprender. Fazer-lhes corresponder tal expectativa, torna-se, nesta turma em concreto, o maior desafio proposto ao professor.

Relativamente ao nível de escolaridade quer dos pais, quer das mães, o mesmo varia entre o primeiro ciclo e o ensino secundário. Quanto às profissões, as mesmas também são diversificadas, variando entre empresários, lavradores, serralheiros, empregadas domésticas, e entre outras.

As profissões pretendidas pelos formandos variam entre comerciante, jogador de futebol, motorista de pesados, construtor civil, professora de inglês, hospedeira e cinco ainda não sabem a profissão que pretendem para o seu futuro.

Ao nível das áreas formativas preferidas pelos alunos temos a educação física, a matemática e o inglês. Quanto às áreas formativas que menos gostam, temos o português e também o inglês e a matemática.

O tipo de atividades preferidas nas aulas a realizar pelos formandos são o trabalho de grupo, a pesquisa e a elaboração fichas de trabalho.

3.3. PROFIJ

Os cursos de PROFIJ são regulados pela Portaria n.º 52/2016 – I série, número 73, publicada quinta-feira dia 16 de junho de 2016, pela Presidência do Governo Regional dos Açores, onde desde o artigo 1.º (objeto) até ao artigo 42.º (equivalências), está previsto quer o formato de seleção dos cursos, a sua tipologia, os destinatários, a seleção dos candidatos, as componentes curriculares, e todos os demais tópicos pertinentes à boa implementação dos mesmos.

Como menciona a própria portaria, os cursos de PROFIJ constituem-se como uma modalidade de ensino ao dispor dos jovens, funcionando como um meio privilegiado para a sua inserção no mercado de trabalho, mas que permite, igualmente, o acesso ao nível de ensino subsequente. Derivado do elevado número de alunos que procuram reorientar o seu percurso escolar, os cursos PROFIJ pretendem promover o sucesso educativo, dotando o sistema educacional regional de instrumentos dinâmicos e atuais capazes de dar resposta às necessidades dos alunos.

3.4. Unidade Didática

Os cursos de PROFIJ são lecionados indo ao encontro das UFCD's específicas para cada área de formação, o que torna pertinente, para cada unidade, especificar os conteúdos e os objetivos.

A unidade de formação de curta duração a ser lecionada com a turma cooperante, diz respeito à UFCD 3836 – Marketing – principais variáveis – integrante das tecnologias específicas do curso de formação profissional – PROFIJ – nível IV de técnico/a comercial. A carga horária da UFCD bem como os objetivos e os conteúdos

programáticos, podem ser consultados e analisados no seguinte link: <http://www.catalogo.anqep.gov.pt/UFCD/Detalle/3366>.

3.5. Intervenção Pedagógica

Como o próprio tema proposto do relatório sugere, a intervenção pedagógica incidirá sobre o trabalho de grupo, tendo como objetivo constatar o impacto do mesmo no desenvolvimento de competências em alunos do século XXI. Embora ao longo das aulas lecionadas, o método expositivo e ativo estejam muito presentes nas aulas em que os conteúdos serão transmitidos aos alunos, com o recurso, principalmente, ao Power-Point, a metodologia em que o foco de observação incidirá, recai sobre o trabalho de grupo.

Existe uma parte inicial com utilização de uma metodologia mais tradicional, expondo o professor os slides em PowerPoint com os conteúdos, onde o diálogo com os alunos é constante, tornando assim a transmissão de conhecimentos possível.

O trabalho de grupo, conta com um guião e com as indicações que permitam aos alunos concluir o mesmo de uma forma clara. A implementação do trabalho de grupo teve como principais objetivos, para além da consolidação de conhecimentos, ir ao encontro dos pressupostos presentes no perfil do aluno do século XXI, como já por diversas vezes mencionados neste relatório de prática de ensino supervisionada.

Todos estes processos, poderão ser constatados, de uma forma descrita e detalhada no capítulo seguinte.

Capítulo IV – Descrição da Prática de Ensino Supervisionada

Neste capítulo pretende-se abordar todos os processos inerentes à implementação da prática de ensino supervisionada, desde a apresentação dos conteúdos (conceitos básicos do Marketing – principais variáveis), passando pela planificação das aulas lecionadas até à implementação do trabalho de grupo, tema central deste relatório, bem como todos os processos realizados no desenrolar das atividades.

4.1. Conteúdos: Conceitos Básicos do Marketing - Principais Variáveis

Na leção desta UFCD – Marketing – principais variáveis, e indo ao encontro dos objetivos e conteúdos programados para a mesma, foi importante definir os principais conceitos utilizados, tentando introduzir todos os processos da implementação da prática de ensino supervisionada que visam a obtenção dos objetivos, conforme se constata no quadro 3:

Quadro 3 – Marketing – principais variáveis – Objetivos e conteúdos

Objetivos	Conteúdos
-Reconhecer as principais variáveis de marketing	Teoria dos 4 P do marketing (<i>marketing mix</i>): <ul style="list-style-type: none">• Produto• Preço• Distribuição• Comunicação
	Valor do produto, preço e preço psicológico

A UFCD tem como ponto central o *marketing mix*. Importa, antes de mais definir bem este conceito formado por duas palavras. Segundo Kotler (2000), temos *marketing* como a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro, identificando necessidades e desejos não realizados e definindo medindo e quantificando o tamanho do mercado e o potencial lucro e *mix* como o conjunto de variáveis controláveis sobre as quais a empresa pode

e deve atuar para, colmatando as dificuldades criadas pelas variáveis não controláveis, atingir os seus objetivos definidos no plano de marketing.

O decorrer das primeiras aulas, com incidência mais expositiva, teve como foco inicialmente, os 4 P's (product⁴, price⁵, placement⁶ e promotion⁷), onde foram abordados cada um deles de uma forma individual e por consequente como um todo, tentando sempre encontrar o equilíbrio tão desejado no *marketing mix* (Apêndice III).

Numa parte posterior e tendo em conta os conteúdos da UFCD incidiu-se maioritariamente na temática do produto e do preço. Abordando os conteúdos presentes no quadro 4:

Quadro 4 – Conteúdos lecionados sobre o tópico *produto e preço*

Produto	Preço
As características intrínsecas ao produto	A política de preço: <ul style="list-style-type: none"> • Custos • Elasticidade da procura
A política de <i>design</i> e a embalagem	
Os serviços associados ao produto	
Os produtos digitais	Metodologia para definição do preço
O ciclo de vida de um produto	
A política de gama	
A inovação e o lançamento de novos produtos.	

4.2. Planificação

Embora a capacidade de adaptação de cada professor às situações que se proporcionam em sala de aula seja um fator importante para o sucesso da mesma, a planificação permite que os objetivos fundamentais sejam atingidos com maior facilidade. Ponte, Quaresma e Pereira (2015) referem que uma boa aula depende de muitos fatores, entre eles, a capacidade de improviso e resposta perante situações inesperadas e a preparação adequada da aula que proporcione os elementos fundamentais para o desenvolvimento.

⁴ Produto

⁵ Preço

⁶ Distribuição

⁷ Comunicação

4.2.1. Planificação de Médio Prazo – Cenário de Aprendizagem

A planificação de médio prazo realizada, neste relatório de prática de ensino supervisionada, teve como base um cenário de aprendizagem. Os cenários de aprendizagem permitem descrever, de uma forma não tão rígida, quer os processos, conteúdos, interações quer mesmo o próprio ambiente e todos os outros aspetos que se considerem pertinentes constatar possíveis de acontecer no decorrer do tempo estipulado para esse mesmo cenário. Assim, tendo o objetivo final definido e explícito torna-se mais fácil adaptar às diferentes situações que irão surgir, certamente, ao longo de todo o processo de ensino-aprendizagem. A propósito desta ideia, podemos referir um exemplo:

Entenda-se cenário de aprendizagem como uma situação hipotética de ensino-aprendizagem (puramente imaginada ou com substrato real, amplamente mutável) composta por um conjunto de elementos que descreve o contexto em que a aprendizagem tem lugar, o ambiente em que a mesma se desenrola e que é condicionado por fatores relacionados com a área/domínio de conhecimentos, pelos papéis desempenhados pelos diferentes agentes ou atores (e pelos seus objetivos), que se estabelece com um dado enredo, incluindo sequências de eventos, criando uma determinada estrutura coordenada numa dada tipologia de atividades. (Matos, 2014, p. 3).

No seguimento desta introdução, exponho o cenário de aprendizagem realizado tendo como propósito final a realização do trabalho de grupo, explicitando todos os processos inerentes à sua elaboração.

Cenário de aprendizagem

Disciplina: Marketing

UFCD 3836: Marketing – Principais variáveis

Tendência(s) Relevante(s)

O atual desfasamento entre os alunos do século XXI e os métodos educativos utilizados vem realçar a necessidade de adaptação das metodologias utilizadas em contexto de sala de aula.

O *marketing mix*, principal foco desta UFCD, pretende que as suas quatro variáveis, produto, preço, distribuição e comunicação estejam sempre em perfeito equilíbrio. O mesmo se pretende com as metodologias utilizadas, potencializando as competências dos alunos para o mercado de trabalho e para o conhecimento adquirido, quer seja através de relacionamentos interpessoais quer seja através da utilização de todas as ferramentas que estão ao seu alcance.

Breve descrição

Esta UFCD é parte integrante do curso de técnico comercial e frequentada por alunos a lecionar o 10.º ano de escolaridade obrigatória. A estrutura da UFCD é definida pelo catálogo nacional de qualificações.

O desenvolvimento de competências pretendidas com este cenário de aprendizagem vai ao encontro das competências descritas e pretendidas no perfil do aluno do século XXI, indo sempre ao encontro dos objetivos detalhados da UFCD.

Objetivos:

-Reconhecer as principais variáveis de marketing.

Conteúdos:

1) Teoria dos 4 p do marketing:

-Produto; -Preço; -Distribuição; -Comunicação.

2) Valor do produto, preço e preço psicológico.

Os detalhes da UFCD poderão ser encontrados em:

<http://www.catalogo.anqep.gov.pt/UFCD/Detail/3366>

Como elemento potencializador do desenvolvimento de competências, será utilizada a metodologia de trabalho de grupo, sucedendo-se sempre ao enquadramento teórico,

quer dos conteúdos programáticos, quer da explicitação do trabalho a desenvolver, permitindo aos alunos compreenderem e perceberem, detalhadamente, o trabalho a desenvolver, fazendo uso do método expositivo e ativo.

Objetivos de Aprendizagem

Este cenário encontra-se direcionado para os objetivos de aprendizagem disponíveis em: <http://www.catalogo.anqep.gov.pt/UFCD/Detalhe/3366>

-Reconhecer as principais variáveis de marketing;

Espera-se que, no final das aulas referentes a este cenário os alunos sejam capazes de identificar, caracterizar e distinguir as principais variáveis.

Também, como objetivos de aprendizagem temos:

-Desenvolver o trabalho colaborativo e a partilha de conhecimento;

-Desenvolver competências específicas no quadro de categorias das competências pretendidas para os alunos do século XXI.

Papel dos Alunos

Os alunos, no decorrer do cenário, terão contacto principalmente com três métodos de aprendizagem:

-Método expositivo/Ativo: Nesta parte, a matéria e os objetivos propostos da UFCD serão transmitidos aos alunos com recurso a variados suportes, havendo sempre espaço à discussão de ideias bem como à consolidação de conhecimentos. Pretende-se que os alunos absorvam a informação, questionem quando o acharem pertinente e que tenham um papel ativo na aprendizagem e na transmissão de conhecimentos;

-Trabalho de grupo: Será pedido aos alunos que, com base num guião de trabalho e de tarefas, trabalhem autonomamente e em grupo, potenciando as suas competências enquanto futuros cidadãos do século XXI.

Papel do Professor

O professor, inicialmente desempenha um papel central, na transmissão de conhecimentos, indo ao encontro dos objetivos e conteúdos programáticos da UFDC.

No desenrolar do trabalho de grupo, o professor:

- Propõe objetivos e metas a cumprir, bem como os prazos;
- Auxilia os alunos nas dúvidas que surgirem no desenrolar das tarefas;
- Cria e partilha com a turma os momentos e critérios de aprendizagem;
- Apóia os alunos ao longo do desenvolvimento e das apresentações do TG;
- Avalia e dá feedback numa perspetiva formativa ao longo de todo o processo.

Ferramentas e Recursos

No desenrolar da parte inicial, serão utilizados principalmente os seguintes recursos:

- PowerPoint; -Computador; -Caderno diário e todos os materiais do aluno.

No decorrer da segunda parte, na elaboração do trabalho de grupo, serão permitidas a utilização de recursos diferenciadas, para além dos já suprarreferidos recursos. Podendo os alunos escolher que recursos utilizar, será indicado pelo professor, alguns dos possíveis. Como:

- Padlet; -Popplet; -Prezi; -(...).

Pessoas e lugares

São intervenientes deste cenário, o professor e os alunos.

O professor terá um papel central na transmissão de conhecimentos, numa parte inicial, bem como de auxílio e coordenação, no desenvolver das tarefas pretendidas, estando sempre disponível para ajudar os alunos aquando de alguma dificuldade verificada no desenvolvimento do trabalho de grupo.

O aluno terá também, um papel central, no desenrolar do trabalho de grupo, pretendendo-se que sejam desenvolvidas competências essenciais ao perfil do aluno do século XXI.

O cenário de aprendizagem será desenvolvido em contexto de sala de aula tradicional, sendo auxiliado por algumas aulas na biblioteca municipal e escolar, onde os alunos poderão, de uma forma mais acessível, ter acesso aos recursos necessários.

Tempos

O cenário pretendido terá a duração de aproximadamente 20 tempos letivos de 45 minutos cada (13h30m). Semanalmente serão lecionados 3 tempos (1h30m + 45m).

Avaliação

Cada UFCD é avaliada com base nos seguintes critérios:

- Teste sumativo: 40%
- Trabalho de grupo: 30%
- Organização do caderno diário: 10%
- Atitudes e valores: 20%

Tendo este cenário de aprendizagem, para além da exposição dos conteúdos programáticos, numa parte inicial, o seu foco no trabalho de grupo, a descrição aqui realizada considera-se parte integrante dos 30% destinados à avaliação do trabalho de grupo.

Será ainda realizada, ao longo do cenário, a avaliação formativa, tendo como principal objetivo a melhoria do processo de ensino-aprendizagem e o desenvolvimento de competências.

Modelo TPACK



4.2.2. Planificação de Curto Prazo

A planificação de cada aula (curto prazo) foi pensada e elaborada tendo como finalidade a implementação do trabalho de grupo. Assim, na planificação das aulas e atividades, tentei de certa forma que os alunos fossem tendo algum contacto com tarefas a desenvolver aquando da realização de um trabalho de grupo, embora que isoladas.

Nesse sentido, antes da implementação do trabalho de grupo final, os alunos tiveram oportunidade de realizar pequenas tarefas em grupo, incluindo a concretização de um pequeno trabalho de grupo (Apêndice IV) bem como duas fichas formativas (Apêndice V e VI), descritas com maior pormenor no ponto 4.4.

Desde logo torna-se pertinente e uma preocupação constante a conciliação das mais variadas metodologias de aprendizagem a utilizar. Como caracterizada no ponto 3.2., a turma embora muito ativa demonstra interesse em aprender. Assim, a alternância entre o método expositivo e o método ativo são uma constante na planificação das aulas, tentando assim manter sempre o interesse dos alunos nos conteúdos abordados, contando com a sua participação.

Ao longo das unidades curriculares de Iniciação à Prática Profissional III e VI foram planificados vinte tempos letivos de quarenta e cinco minutos cada (Apêndice II)

4.3. Metodologias de Aprendizagem Utilizadas

O método expositivo e ativo, descritos neste ponto, foram as metodologias centrais adotadas, na parte inicial da prática de ensino supervisionada para a transmissão de conteúdos da UFCD em questão, permitindo assim, corresponder à planificação dos conteúdos e objetivos da mesma.

Posteriormente o trabalho de grupo, descrito no ponto 4.3.1., passou a ser a metodologia central utilizada.

O método expositivo é considerado por muitos como o ponto de partida para qualquer atividade, onde o formador ou professor introduz uma temática e a aborda tentando passar para os formandos os principais conceitos e ideias a serem posteriormente trabalhados. Segundo Ferro (1994) o formador no método expositivo desenvolve oralmente um assunto, dando todo o conteúdo, não passando na maior parte dos casos de um agente passivo.

Embora considerando o supramencionado como um dado certo, o método expositivo não está livre de interações dos variados intervenientes presentes no ambiente em questão, sendo neste caso, a sala de aula. No entanto, e enquanto metodologia de partida na transmissão de conhecimentos utilizada na prática de ensino supervisionada, a mesma verificou-se de uma forma mais acentuada nas aulas iniciais, tendo como objetivo introduzir os alunos às temáticas a serem abordadas no decorrer da prática.

No método expositivo, onde o professor é o principal interveniente, foram utilizados recursos didáticos, como o PowerPoint, permitindo que a sua prática fosse complementada e auxiliada podendo os alunos tirar o melhor partido da mesma.

Um dos grandes desafios que se encontram nas escolas e instituições de ensino nos dias de hoje prende-se no facto de os alunos não serem tão ativos, participativos, motores e facilitadores da sua própria aprendizagem, como poderiam e deviam ser, tornando-se muitas vezes meros agentes passivos do processo educativo. Na utilização do método ativo, pretende-se que os alunos participem, coloquem questões, no fundo, que sejam elementos ativos da sua própria aprendizagem. Muitas vezes, chamar os alunos a intervir, quer através de debates, que seja apenas através da resposta a uma questão ou mesmo pedindo que partilhem as suas dúvidas pode tornar-se num método facilitador e que torne o aluno elemento ativo da sua própria aprendizagem. Lopes (2015) refere que, “Os alunos são incentivados a desenvolver as suas próprias questões, relacionadas com um determinado tema, através da observação direta de fenómenos, consulta de livros e outros recursos, conduzindo ao debate e argumentação, orientado pelo professor/facilitador.” (p. 7).

Durante a prática de ensino supervisionada tentei, enquanto professor e elemento facilitador da aprendizagem, introduzir a metodologia ativa em todas as aulas lecionadas, tentando, numa fase inicial, colocar questões aos alunos, convidá-los a debater certos assuntos e a colocar as suas próprias dúvidas. A mesma também se encontrava presente aquando das questões diagnósticas ou formativas, colocadas no decorrer das aulas, como pode ser verificado nas planificações das mesmas (Apêndice II).

Numa fase seguinte, e aquando da realização das fichas formativas n.º1 e n.º2 (Apêndices V e VI, respetivamente), embora as questões já estivessem colocadas, as mesmas eram consideradas questões abertas pois tentavam que os alunos fizessem parte ativa das mesmas e de todo o desenrolar das questões seguintes. Tentando, nesta fase, conciliar a avaliação formativa com a metodologia ativa.

O método ativo como metodologia de ensino aprendizagem realizada numa fase inicial de toda a prática de ensino supervisionada mostrou-se ser pertinente, gerando bons diálogos com os alunos, percebendo as suas dúvidas e consolidando os conhecimentos necessários a adquirir para uma boa elaboração do trabalho de grupo.

4.3.1. A Implementação do Trabalho de Grupo

O trabalho de grupo, tema central deste relatório foi o culminar de todo um processo decorrente de vinte tempos letivos. Nos pontos seguintes a este, explicarei como foram elaborados alguns processos inerentes ao mesmo, desde a criação dos grupos até à própria implementação do trabalho.

Acontece que, o trabalho de grupo como metodologia de ensino-aprendizagem é muito mais do que uma mera metodologia. Por vezes mal entendido e implementado, deverá ter na sua base uma reflexão profunda de cada ponto afeto ao mesmo, sob pena de existirem disfunções no mesmo se tal não for cumprido. Por cada ponto entenda-se cada etapa, desde a criação do guião, da linguagem utilizada, da escolha dos grupos, da interação com os mesmos e entre pares, das metodologias de avaliação e do feedback transmitido aos alunos, entre outros. Cada parcela por si só isolada pode não

parecer de grande importância ou até mesmo fulcral, no entanto, quando juntas num todo permitem que o resultado possa ser o esperado ou pelo menos que existam ferramentas ao alcance dos alunos que o permitam ser.

4.3.1.1. Escolha dos Grupos

Como já descrito no enquadramento teórico, a escolha e criação dos grupos poderá ser um dos fatores decisivos do bom desenrolar do trabalho de grupo. A mesma terá de ser efetuada tendo em conta a realidade em questão.

Para a realidade desta turma em concreto foi escolhido e adotado o método de seleção aleatória, fazendo uso de uma plataforma *online*⁸. A escolha deveu-se ao facto de, neste método de ensino em concreto, a preparação dos alunos estar mais vocacionada para a integração no mercado trabalho, onde cada um dos elementos da turma irá trabalhar, no seu dia a dia com as mais variadas pessoas tendo, ao longo de todo o curso que se deparar com os mais diversos cenários. Este formato de escolha dos grupos foi definido em paralelo com a professora cooperante.

4.3.1.2. Objetivos do Trabalho de Grupo

Os objetivos do trabalho de grupo, na sua forma mais abrangente e académica, tinham como finalidade conduzir, ao longo de todo o seu processo de implementação (trabalho de grupo), ao desenvolvimento das competências pretendidas, permitindo ao aluno apropriar-se das mesmas tornando-se assim um melhor cidadão do século XXI.

Ao nível da sala de aula e indo de encontro à metodologia central utilizada nesta prática de ensino supervisionada, os objetivos estavam descritos no guião entregue aos alunos (Apêndice II), sendo eles a realização de uma boa pesquisa, sustentada e acompanhada, a elaboração, a partilha em grupo de ideias e conhecimentos tendo como finalidade a conclusão de cada tópico pretendido a desenvolver e, por fim, a realização da própria apresentação do trabalho de grupo.

⁸ <https://www.randomlists.com>

4.3.1.3. Operacionalização

A metodologia utilizada, a do trabalho de grupo, teve como principal foco capacitar os alunos, quer de recursos didáticos, quer de conteúdos para a boa execução do trabalho de grupo.

Numa fase inicial, foi necessário explicar aos alunos quais os objetivos pretendidos com o trabalho de grupo, bem como, quais as etapas a seguir. Estes processos, assim como a entrega do guião, foram realizados antes da escolha dos grupos, visto que após os grupos estarem decididos os alunos tendem a dispersar um pouco a sua atenção e a conversar com os futuros colegas de trabalho.

Depois de entregue o guião, individualmente, cada aluno teve aproximadamente dez minutos para o ler e interpretar, para que numa fase posterior fosse possível debater, em turma, quais os pontos que suscitaram maiores dúvidas, esclarecendo o aluno em questão e eventualmente os alunos da turma que partilhassem a mesma questão.

Após esclarecidas as dúvidas procedeu-se então à escolha dos grupos, com recurso a uma plataforma *online* que permite que a mesma seja feita de forma aleatória. A escolha dos grupos como evidenciado no ponto 2.1. deste relatório pode ser realizada de variadas formas, no entanto e indo ao encontro da realidade dos alunos optei por formar grupos aleatórios. Como previsto, após esta escolha, os alunos ficaram um pouco irrequietos, tentando conversar com os colegas de trabalho e preparando já o trabalho de grupo. Foram dados os últimos cinco da aula para esse mesmo fim.

Os seguintes cinco tempo letivos, cada um correspondente a quarenta e cinco minutos, foram dedicados à pesquisa e à preparação do trabalho de grupo a realizar bem como da apresentação final. Para esse mesmo fim foram requisitados espaços adequados para o trabalho, quer na escola, aquando da reserva da sala de computadores afeta à biblioteca da mesma, quer na biblioteca Municipal de Angra do Heroísmo, onde

também existe um espaço adequado para esse mesmo fim. No final de cada aula, era transmitido aos alunos onde seria a aula seguinte, sendo-lhes pedido que guardassem o trabalho realizado até à data em variados locais, com vista a ser possível na aula seguinte prosseguirem o mesmo sem qualquer entrave. Este processo decorreu de forma ordeira, chegando os alunos sempre a horas ao local indicado e com os trabalhos guardados.

Embora o conhecimento hoje se encontre à distância de um clique, os alunos precisam de muita formação e auxílio nesse sentido. Pressentindo na primeira aula, que alguns grupos se encontravam um pouco distanciados do processo a desenvolver, na aula seguinte e de forma individualizada, reuni com cada grupo tentando perceber quais os principais pontos menos assentes do guião que precisavam de alguma orientação. Desta forma gerou-se algum debate com os alunos especificando cada ponto que os mesmos consideravam menos percebido, sentindo eu que esta ação foi de maior interesse para a boa consecução dos mesmos. Foi também colocado à disposição dos grupos, que iam partilhando entre si, um caderno impresso com todos os slides utilizados para a transmissão dos conteúdos. Embora os mesmos tivessem sido entregues aos alunos atempadamente e no decorrer das aulas em questão, estes encontravam-se desorganizados não permitindo uma consulta adequada.

Na aula seguinte aos cinco tempos letivos afetos à realização dos trabalhos de grupo houve lugar à aula final desta prática de ensino supervisionada onde os quatro grupos apresentaram o resultado do seu trabalho de grupo. Cada grupo teve dez minutos para a sua apresentação.

4.4. Avaliação Formativa e Sumativa

A avaliação formativa e sumativa são dois métodos de avaliação distintos, tendo cada um deles diferentes finalidades. Neste ponto, será explicitado em que circunstâncias foi cada uma delas utilizada.

A avaliação formativa utilizada ao longo da prática de ensino supervisionada teve como principal objetivo capacitar os alunos de técnicas sobre os procedimentos a

adotar na elaboração do trabalho de grupo. A mesma foi utilizada aquando da realização de duas fichas formativas (Apêndices V e VI) anteriores à realização do trabalho de grupo e no decorrer das aulas. Foi também aplicada por vezes fazendo parte das planificações de curto prazo (Apêndices II), antes e durante o trabalho de grupo, onde existiam perguntas já estruturadas para colocar aos alunos com o objetivo de consolidar a matéria, dando feedback às respostas de cada um, enquanto que outras vezes embora não fazendo parte dessa planificação, eram colocadas questões sempre que considerado pertinente, aproveitando todos os momentos como momentos de aprendizagem.

Numa fase em que os conteúdos já tinham sido todos transmitidos aos alunos e estando num processo de transição para o trabalho de grupo a avaliação formativa foi utilizada como forma de o aluno consolidar os conhecimentos adquiridos até então, podendo tirar o maior uso dos mesmos. Segundo Santos (2016), para que o aluno seja apoiado na sua aprendizagem, é necessário fornecer evidências fundamentadas e sustentadas. Nesse sentido, a primeira ficha formativa, depois de concluída foi-me entregue e corrigida, fazendo uso de anotações e recomendações. Numa fase posterior, a mesma ficha com as mesmas e mais algumas perguntas foi novamente entregue aos alunos para que eles pudessem responder novamente, de forma mais fundamentada e sustentada, seguindo as indicações e evoluindo na sua aprendizagem.

Da realização da primeira ficha formativa para a segunda, a evolução dos alunos ao responderem às mesmas questões foi evidente, o que permitiu que os mesmos fossem mais preparados para o início da realização do trabalho de grupo.

A avaliação sumativa, presente no sistema educativo português, segundo Biggs cit. por Longle (2008), pode desempenhar um papel importante na formação do aluno se representar, de forma fiel, o grau de obtenção dos resultados que cada aluno adquiriu, indo ao encontro dos objetivos do currículo. Desta forma, há que tentar representar na avaliação sumativa o real desempenho do aluno. Para que tal fosse possível foram criados parâmetros de avaliação (Apêndice VII), correspondentes aos 30% da avaliação do trabalho de grupo – escolha do produto (10%), elaboração do *marketing mix* (20%), produto (características, embalagem, etc) (25%), custos fixos, variáveis e ponto crítico (25%), apresentação (10%) e fator de diferenciação (10%), os

quais pretendiam retratar, de uma forma clara e objetiva o real aproveitamento de cada aluno demonstrado aquando da apresentação final do trabalho de grupo realizado.

Embora a avaliação formativa permita aos alunos evoluírem de forma sustentada e auxiliada, a avaliação sumativa enquanto elemento obrigatório da avaliação deverá ser tratada e abordada de forma cirúrgica, pois a mesma define o aproveitamento de cada aluno devendo a mesma representar o melhor possível a realidade.

4.5. Recursos Utilizados

Durante toda a prática de ensino supervisionada, existiram três cenários onde as aulas decorreram, sendo eles a própria sala de aula, a biblioteca da escola e a biblioteca Municipal. Em cada um dos diferentes espaços os recursos disponíveis variavam, tendo a planificação de cada aula que ser elaborada tendo em consideração esse mesmo aspeto.

Para cada metodologia utilizada existiam recursos que eram utilizados de forma mais frequente. Aquando do método ativo e expositivo, maioritariamente utilizados na parte inicial da prática de ensino supervisionada, foram utilizados os seguintes recursos, permitindo que as aulas decorressem da forma planificada:

- Projetor;
- Computador;
- PowerPoint;
- Caderno diário;
- Caneta/Lápis;
- Fichas formativas.

Seguidamente, na implementação do trabalho de grupo, quer na biblioteca da escola, quer na biblioteca Municipal foram utilizados os seguintes recursos:

- Computador;

- Caderno com a compilação dos slides;
- Caderno diário;
- Espaços adequados para a reunião de 3/4 alunos.

Capítulo V – Análise dos Resultados

Depois de observados os diferentes ambientes aos quais os alunos foram sujeitos enquanto intervenientes da prática de ensino supervisionada, com registo e interpretação dos dados no diário de campo, senti a necessidade de aplicar um instrumento, um inquérito por questionário aos alunos, que constataste e permitisse a análise da sua perceção como elementos ativos.

O desenvolvimento de competências potenciadas pelo trabalho de grupo, embora sendo um dos pilares deste relatório de prática supervisionada, não é o único. Para esse mesmo objetivo importa também a boa implementação do trabalho de grupo, onde todos os passos têm de ser claros e de fácil interpretação, permitindo aos alunos tirarem o melhor partido do mesmo. Neste sentido, grande parte do inquérito por questionário aplicado aos alunos tem como objetivo perceber se essa metodologia de ensino-aprendizagem, teve uma boa implementação inicial, permitindo aos alunos percorrer todo o caminho pretendido.

Neste capítulo pretende-se analisar os resultados obtidos quer do questionário, quer do diário de campo, tentando perceber a real evolução e perceção dos alunos enquanto elementos ativos no desenvolvimento de competências.

5.1. Análise do Questionário

Composto por dez questões, divididas em três grupos, o inquérito por questionário aplicado aos alunos tinha como finalidade perceber de uma forma objetiva, qual o real impacto do trabalho de grupo enquanto metodologia de ensino-aprendizagem no desenvolvimento de competências.

As três primeiras questões focam-se no guião, onde se tenta perceber se o mesmo é de fácil interpretação, se os objetivos do trabalho de grupo estão bem explícitos e se estão, de uma forma clara e objetiva, descritas todas as etapas a elaborar do trabalho de grupo. Nas três questões seguintes, focadas na implementação e desenvolvimento do trabalho de grupo, tem-se como principal objetivo perceber se, na

opinião e percepção dos alunos a escolha dos grupos bem como o número de elementos e o prazo para conclusão do trabalho foram escolhas adequadas, bem como se, durante todo o processo, as questões que iam surgindo, eram respondidas de forma clara e objetiva. Por fim, nas duas últimas questões, tenta-se perceber se realmente o impacto do trabalho de grupo no desenvolvimento de competências foi positivo, abordando cada competência específica.

Os gráficos que se seguem relatam as respostas dadas pelos alunos ao inquérito por questionário (Apêndice IX), onde o número 1 representa o valor mais negativo (pouco) e o número 5 o valor mais positivo (muito):

Nesta questão colocada no gráfico n.º 1, pretendeu-se tentar perceber se o guião do trabalho de grupo, de uma forma geral, foi considerado pelos alunos como de fácil interpretação, considerando a maioria dos alunos que sim.



Gráfico 1 – Grupo I, questão 1

Nesta segunda questão, referente ao gráfico n.º 2, o foco cinge-se aos objetivos do trabalho de grupo. Embora os mesmos estivessem descritos no guião, importa perceber se os alunos os compreenderam de forma a permitir que os mesmos sejam atingidos na elaboração do trabalho de grupo. Pela análise do gráfico, podemos concluir que os objetivos do guião foram explícitos

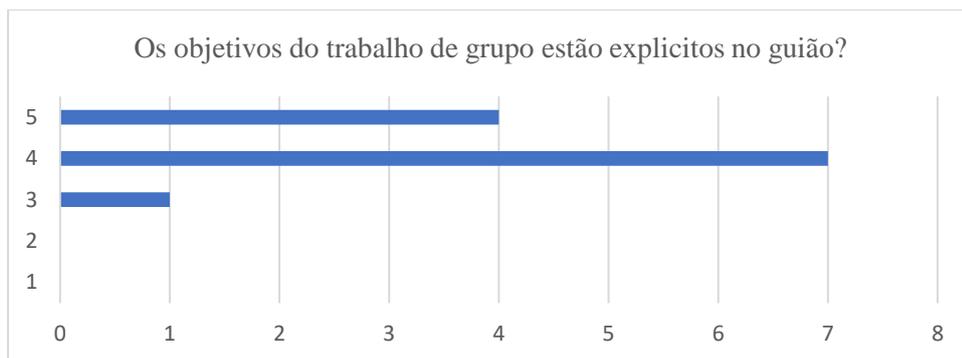


Gráfico 2 – Grupo I, questão 2

Bem como os objetivos do trabalho de grupo, os tópicos e as etapas a explorar na realização do mesmo também são alvo de análise quanto à sua interpretação por parte dos alunos. Importa perceber, conforme o gráfico n.º 3, se os alunos interpretaram e perceberam todas as etapas pretendidas a percorrer, desde a leitura do guião até à apresentação do trabalho de grupo. Analisando o gráfico, percebemos que as etapas pretendidas foram interpretadas pelos alunos aquando da leitura do guião.

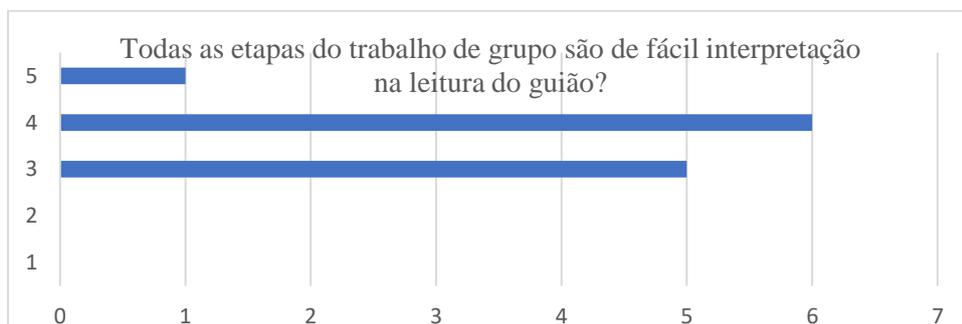


Gráfico 3 – Grupo I, questão 3

Em relação à escolha dos grupos, como mencionado no ponto 2.1 deste mesmo relatório, a mesma pode ser realizada de variadas formas. Em análise com a professora cooperante, optou-se por fazer uma escolha aleatória, visto que o curso que os alunos frequentam é um curso profissionalizante e uma vez no mercado de trabalho, os mesmos deparar-se-ão com realidades distintas, tendo que saber trabalhar em equipa e com as mais variadas pessoas, não podendo ficar sempre no conforto do seu grupo ideal. Desta forma, a escolha dos alunos foi realizada de forma aleatória e pelas respostas presentes no gráfico n.º 4, os mesmos, salvo algumas exceções, consideraram a escolha adequada.

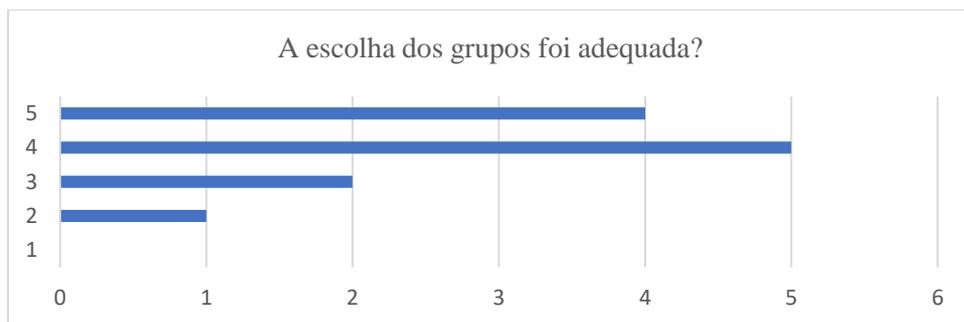


Gráfico 4 – Grupo II, questão 4

Relativamente à dimensão dos grupos, a mesma também pode ser variada. Foram criados grupos de três e quatro elementos permitindo assim o melhor aproveitamento das zonas indicadas para a elaboração dos trabalhos de grupo. Constata-se, pela interpretação dos resultados do gráfico n.º 5 que os alunos também assim o entenderam.

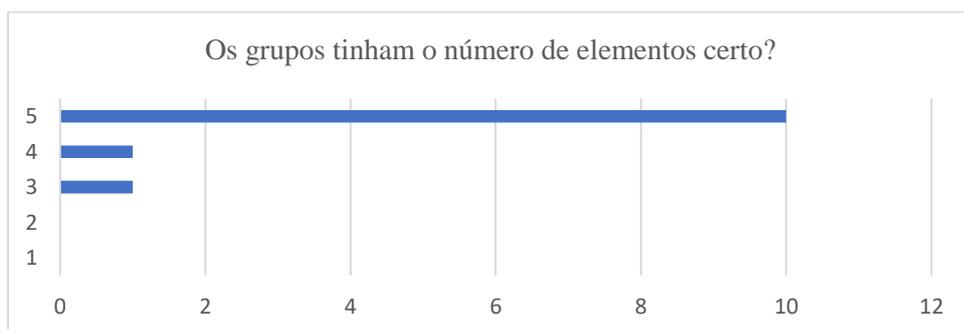


Gráfico 5 – Grupo II, questão 5

Com a interpretação do gráfico n.º 6, pretendia-se tentar perceber se o tempo atribuído aos alunos para resolução do trabalho de grupo foi considerado adequado, permitindo-lhes percorrer todas as etapas de uma forma a que a obtenção dos objetivos fosse conseguida, podendo verificar que sim.

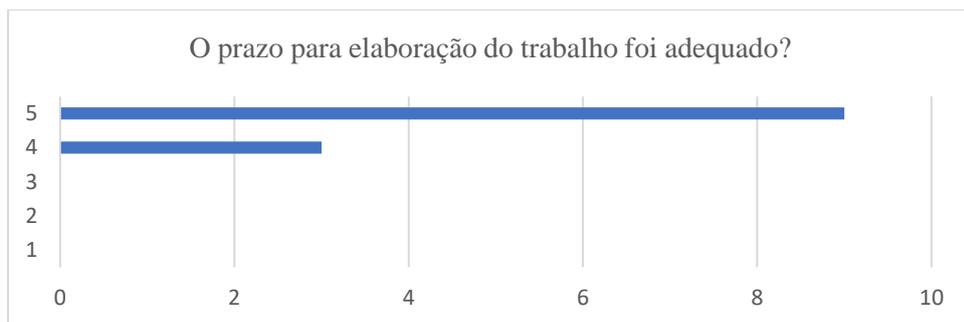


Gráfico 6 – Grupo II, questão 6

No trabalho de grupo, embora seja um processo muito autónomo por parte do aluno ou grupo de alunos, o professor tem sempre um papel de orientador. Desta forma, com a análise do gráfico n.º7, pretendeu-se perceber se os alunos sentiram que estiveram bem acompanhados e que as questões colocadas ao longo do trabalho iam sendo respondidas de forma pertinente e adequada, dando-lhes assim ferramentas para a obtenção dos objetivos propostos. Analisando as respostas dos alunos, podemos verificar que os mesmos sentiram positivamente o apoio prestado ao longo do processo.

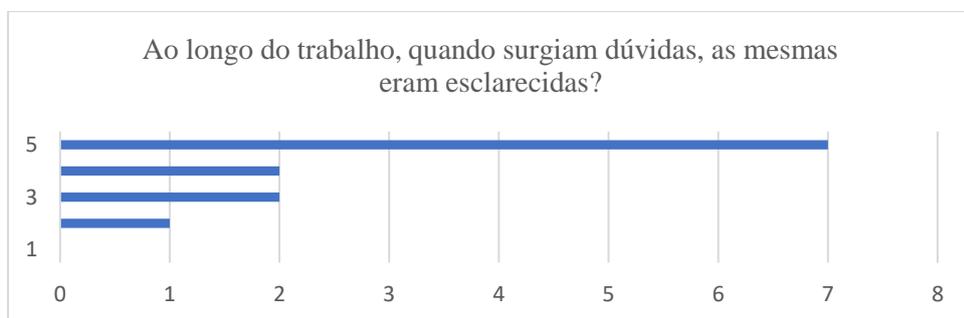


Gráfico 7 – Grupo II, questão 7

Para além da interação com o professor, existiam materiais possíveis de consulta, como os computadores e os slides em PowerPoint utilizados ao longo das aulas iniciais, permitindo assim que os alunos tivessem mais um suporte físico que os ajudasse na tomada de decisões. Pretendeu-se, com a interpretação do gráfico n.º 8, perceber se os alunos consideraram que os materiais foram adequados à realização do trabalho.

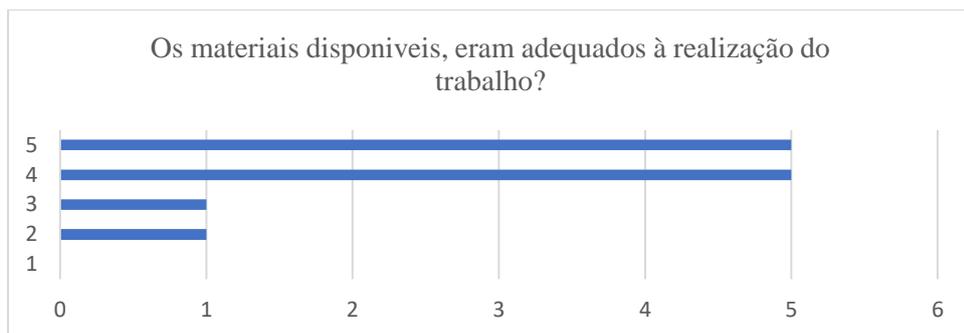


Gráfico 8 – Grupo II, questão 8

De seguida, foram aplicadas onze questões relacionadas com o desenvolvimento de competências. As dez questões iniciais incidiram diretamente sobre cada competência pretendida para o perfil de cada aluno no final da escolaridade obrigatória, de acordo com Martins et al. (2017). Pretendeu-se assim, perceber, que competências, o trabalho de grupo enquanto metodologia de ensino-aprendizagem, potencia de uma forma mais evidente.

Desta forma, os dez gráficos seguintes (n.º 9 ao 18), representam cada uma dessas competências, bem como as respostas dos alunos em relação ao quanto sentem que o trabalho de grupo as potencia, seguindo-se depois, a sua análise.

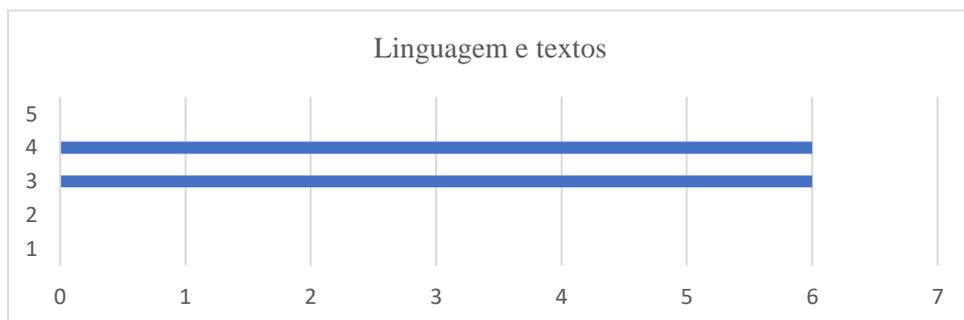


Gráfico 9 – Grupo III, questão 9.1

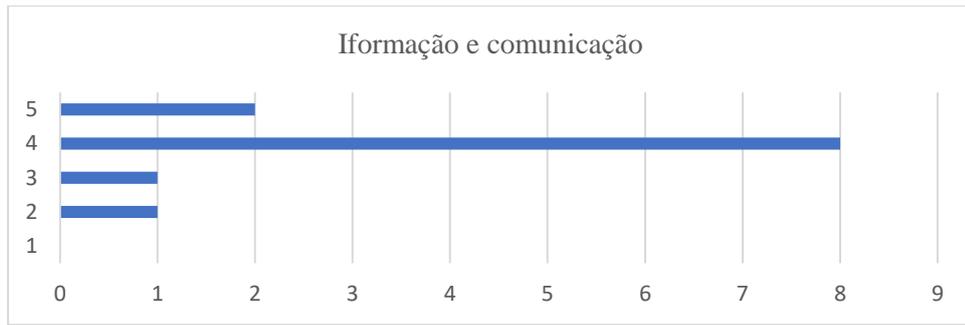


Gráfico 10 – Grupo III, questão 9.2

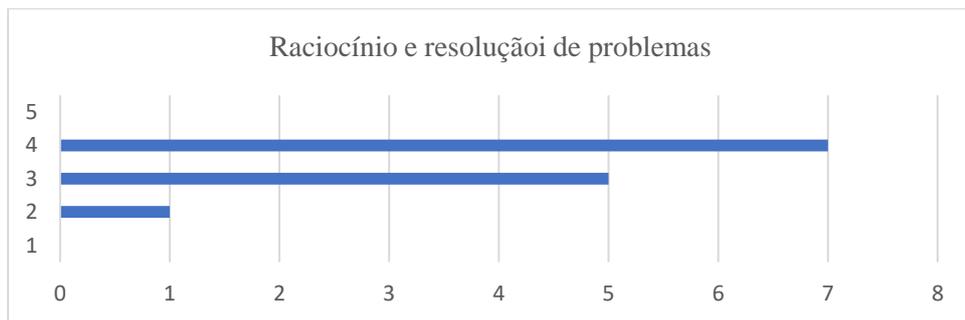


Gráfico 11 – Grupo III, questão 9.3

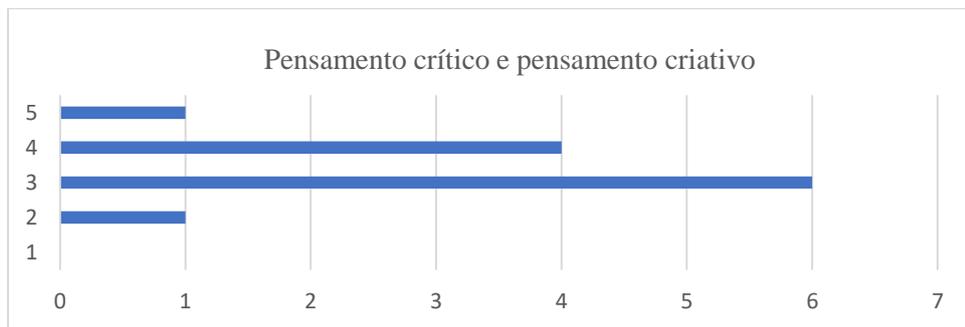


Gráfico 12 – Grupo III, questão 9.4

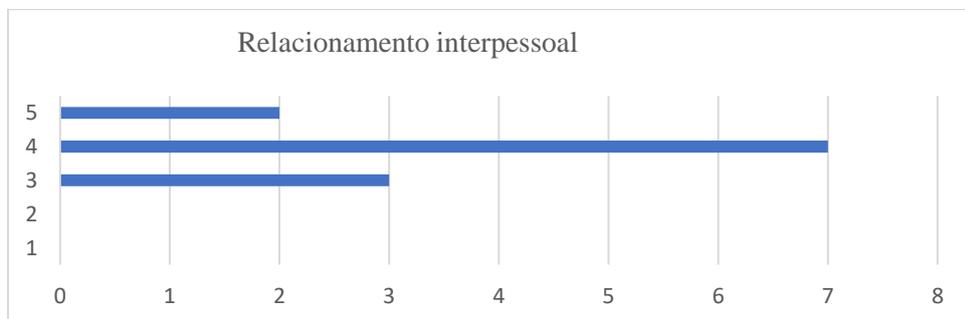


Gráfico 13 – Grupo III, questão 9.5

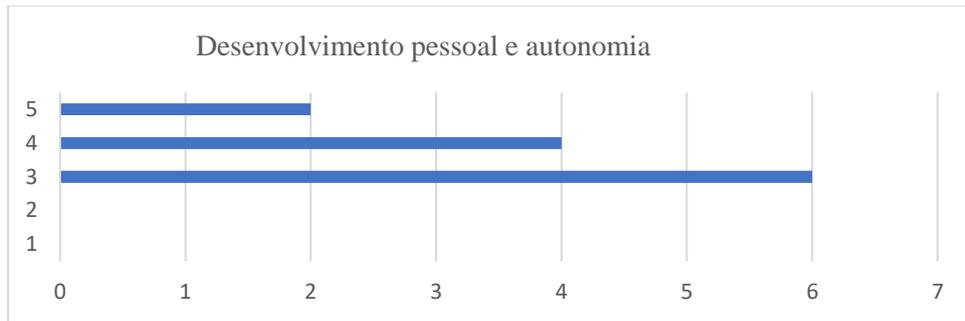


Gráfico 14 – Grupo III, questão 9.6

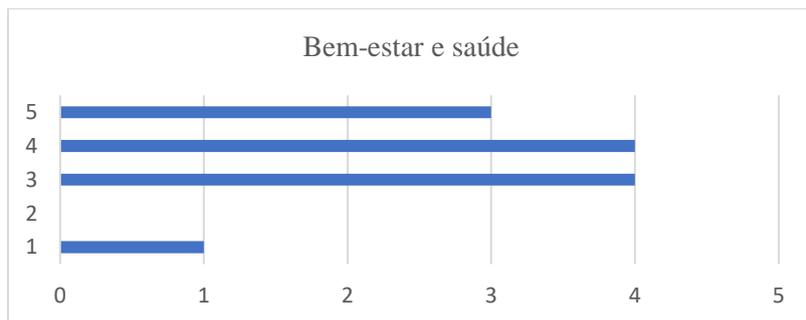


Gráfico 15 – Grupo III, questão 9.7

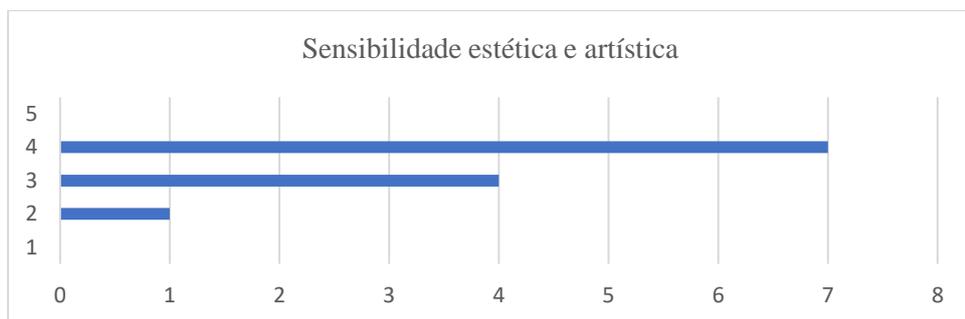


Gráfico 16 – Grupo III, questão 9.8

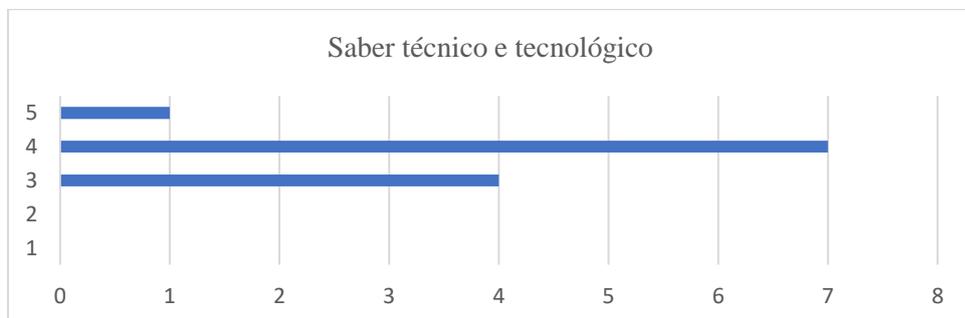


Gráfico 17 – Grupo III, questão 9.9

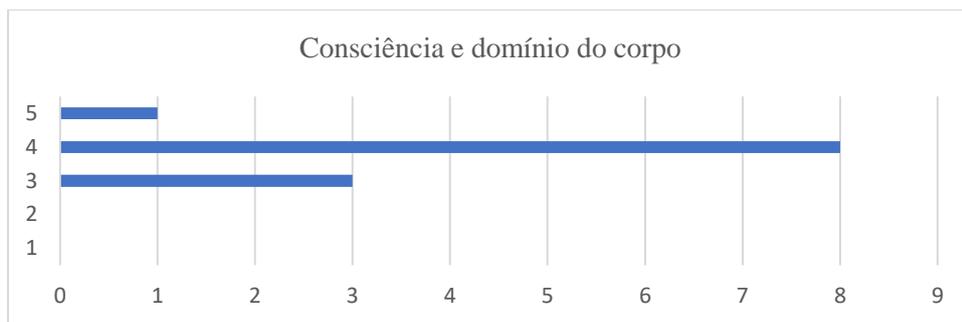


Gráfico 18 – Grupo III, questão 9.10

As competências pretendidas para o perfil do aluno à saída da escolaridade obrigatória são algo vastas e ambíguas, sendo compostas por dez categorias que por sua vez na sua composição se subdividem em diferentes pontos específicos esperados em cada aluno. Sabendo que não existem receitas para a área da educação, não é possível determinar qual a melhor ou pior metodologia a aplicar neste processo. No entanto, e sabendo que as metodologias se complementam e que cada uma terá o seu maior e menor impacto em cada um dos processos de evolução e potenciação das mesmas, importa perceber, na visão do aluno quais as que mais e menos foram potenciadas nesta prática de implementação pedagógica.

Desta forma as três categorias de competências que para os alunos foram mais potenciadas com a implementação do projeto foram a informação e a comunicação, o relacionamento interpessoal e consciência e domínio do corpo, tendo como média dos valores atribuídos 3,92, 3,92 e 3,83, respetivamente. Por outro lado, as três categorias de competências que para os alunos menos potenciadas foram são a linguagem e textos, pensamento crítico e pensamento criativo e a sensibilidade estética e artística com médias de 3,50, 3,42 e 3,50, respetivamente.

Como o próprio tema deste relatório de prática de ensino supervisionada indica, responder à questão *se o trabalho de grupo é um elemento potenciador do desenvolvimento de competências*, torna-se, se não a questão mais importante de todo o inquérito por questionário, uma das mais importantes. Desta forma, a última questão, incide sobre esse mesmo tema, como se pode constatar no gráfico n.º19.

Na observação das respostas dadas pelos alunos podemos observar que nove alunos (75%) atribuíram o nível cinco, enquanto três alunos (25%) atribuíram o nível

quatro. Não sendo atribuído qualquer valor por parte de nenhum aluno aos níveis um, dois e três.

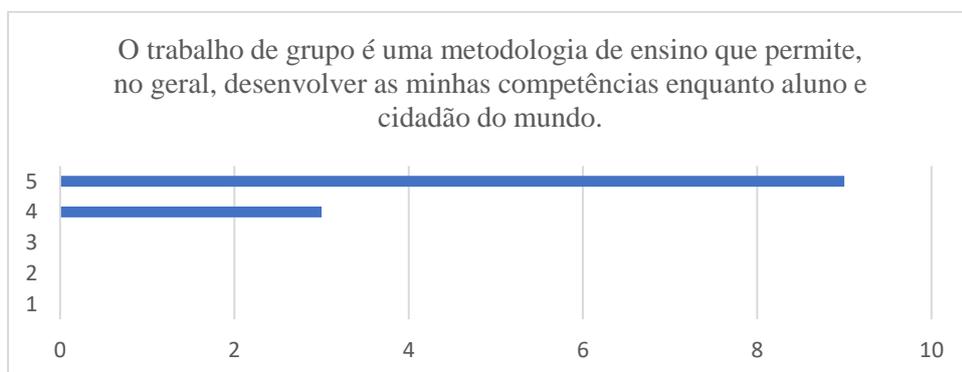


Gráfico 19 – Grupo III, questão 10

5.2. Resumo do Trabalho de Campo

O trabalho de campo foi durante todo o processo de implementação da prática de ensino supervisionada relatado no diário de campo (Apêndice I). Nesse mesmo diário é possível encontrar, de uma forma detalhada todas as aulas observadas e lecionadas, tendo a primeira aula observada início dia 12 de novembro de 2017 e a última aula lecionada data de dia 7 de março de 2018. O diário está organizado em três colunas, onde a primeira enquadra no tempo, a segunda detalha todos os processos decorridos, quer nas aulas observadas, quer nas aulas lecionadas enquanto a terceira transmite reflexões pessoais, de acontecimentos considerados pertinentes para todo o desenrolar deste relatório de prática de ensino supervisionada.

Neste mesmo ponto do capítulo 5, são descritos e abordados alguns aspectos referentes à terceira coluna, mostrando e evidenciando situações ocorridas que permitam, de alguma forma, constatar o impacto do trabalho de grupo no desenvolvimento de competências. As aulas que merecem maior ênfase neste ponto, iniciam-se no dia 21 de fevereiro e terminam no dia 7 de março, visto dizerem as mesmas respeito ao trabalho de grupo efetivamente realizado pelos alunos, iniciando-se com a entrega e interpretação do guião e tendo como conclusão a apresentação dos trabalhos de grupo.

Logo na aula inicial do trabalho de grupo (TG), onde foram entregues os guiões para o mesmo e realizada a escolha dos grupos, verificou-se que os alunos interpretaram o guião de uma forma eficaz, uma vez que o mesmo foi discutido em conjunto, escrutinando todos os pontos presentes. Esta atividade demonstrou ser importante para todo o desenrolar do TG, uma vez que cada aluno sabia o pretendido. Nesta fase inicial, os alunos tiveram oportunidade de explorar as suas capacidades de compreensão escrita e oral.

Na aula seguinte, onde se pretendia que se iniciasse a elaboração da pesquisa bem como a recolha de informação os alunos demonstraram capacidade em utilizar variados meios na realização da pesquisa, principalmente com recurso ao computador e aos slides de PowerPoint facultados pelo professor, tendo assim como principal finalidade transformar a informação adquirida em conhecimento. Para que essa informação se consolidasse em conhecimento e aquando da elaboração do trabalho de grupo os alunos tiveram oportunidade de planear e conduzir a sua pesquisa de forma autónoma e em grupo, desenvolvendo assim e aplicando competências. No entanto, a intervenção do professor, como orientador, nesta fase, verificou-se por vezes necessária.

Na aula posterior, onde os alunos após terem realizado a pesquisa e consolidado conhecimentos, deu-se início à preparação da apresentação dos trabalhos de grupo, sendo este um dos pontos onde, derivado da observação, se pode verificar que os alunos desenvolveram competências ou que pelo menos tiveram que fazer uso das já desenvolvidas. Na realização de um TG será sempre um ponto importante e presente, o relacionamento interpessoal, onde o tipo de comportamento, face à realidade do ambiente proporcionado, terá que ser controlado segundo a natureza da atividade e dos contextos que foram ocorrendo.

Numa parte final do trabalho de grupo, onde todos os grupos procederam à apresentação do seu trabalho desenvolvido até então, os alunos tiveram oportunidade de ver diversas apresentações, tendo assim contacto com realidades distintas e apresentações diversas. Os alunos mostraram uma aceitação generalizada de todos os trabalhos, respeitando e apreciando o trabalho desenvolvido pelos seus pares.

5.3. Interpretação dos Resultados Obtidos

O inquérito por questionário aplicado aos alunos permitiu analisar a prática de ensino supervisionada, desde a sua planificação até à sua conclusão, tendo como base a resposta às duas questões de investigação. Tentando responder às mesmas, e indo ao encontro dos resultados transmitidos pelos inquéritos, o trabalho de grupo poderá ser uma metodologia de ensino-aprendizagem potenciadora do desenvolvimento de competências. Os resultados do inquérito permitem constatar que, de uma forma geral, os alunos sentiram uma evolução das suas competências evidenciando, como de esperar, uma maior evolução de umas em relação a outras. A segunda questão de investigação, embora sendo mais ambígua, pois existem as mais variadas formas de planificar, elaborar e implementar um trabalho de grupo potenciador ele também do desenvolvimento de competências nos alunos, poderá ser respondida evidenciando a relevância da elaboração do guião utilizado que, analisando as respostas dos alunos, permitiu que o resultado fosse obtido. Desta forma importa, na planificação, elaborar um guião onde sejam listados todos os tópicos a explorar na realização do trabalho, estejam explícitos os objetivos do trabalho bem como descritos cada um dos objetivos. Estes passos iniciais tornam-se de maior importância, pois permitem que o ponto de partida seja definido, bem como todo o processo até ao resultado esperado.

No decorrer do observado e descrito no diário de campo, torna-se claro que, as competências estão sempre e constantemente à flor da atividade, onde cada movimento, ação e até mesmo reação são fruto do grau de desenvolvimento da competência utilizada naquele momento. Constata-se que, com o trabalho de grupo, algumas das competências pretendidas para o perfil do aluno do século XXI são expostas à evolução, ou pelo menos ao seu uso.

É possível constatar que para estes alunos em questão, no ambiente de trabalho em questão e para a atividade proposta, os mesmos sentem que o trabalho de grupo, enquanto metodologia de ensino-aprendizagem potencia o desenvolvimento de competências, aquando da interpretação das respostas do questionário. Torna-se evidente também, da leitura do diário de campo, bem como de toda a interpretação feita do mesmo, que as competências, são um fator presente no desenrolar do TG.

Capítulo VI – Considerações Finais

Neste capítulo final do relatório de prática de ensino de ensino supervisionada pretendo transmitir um pouco de todo o percurso, desde o início do mestrado, até à conclusão do presente relatório. Passando pelas aprendizagens conseguidas, por dificuldades encontradas, por partilhas realizadas, entre outros momentos referentes à minha formação inicial nesta área de ensino. Também, numa fase seguinte deste capítulo, tentarei dar um pouco da minha experiência e partilhar quais os pontos aos quais senti que em trabalhos futuros poderá ser dada mais atenção, tentando contribuir assim, de forma humilde para o desenvolvimento das tão esperadas “receitas” em educação.

Finalmente, concluindo todo o processo que me trouxe até esta fase, farei, assim neste relatório, a reflexão final.

6.1. Balanço Reflexivo

6.1.1. Da Teoria à Implementação

Este percurso iniciou-se no ano letivo 16/17, onde ingressei no Mestrado em Ensino de Economia e de Contabilidade. Inicialmente não sabia o que iria encontrar quer ao nível da estrutura orgânica do mestrado quer ao nível do ambiente e das aprendizagens que nos viriam a ser transmitidas, conhecendo apenas o plano curricular do mesmo, o que por si só, mesmo que bem conseguido e elaborado, nunca transparecerá toda a essência de um curso/formação.

As mais variadas atividades desenvolvidas ao longo da implementação do projeto na escola, como a planificação de planos de curto/médio, a exposição de conteúdos com recurso a variadas metodologias, a gestão de sala de aula, a interpretação de regulamentos como o PEE, entre outras, só foi possível realizar, fazendo uso de todo o conhecimento adquirido nas variadas UC das quais fui aluno durante todo o mestrado.

Só depois de absorvida toda a informação é que se tornou possível implementar a PES, tendo numa fase inicial todo o primeiro contacto com a escola cooperante, que me permitiu que esta atividade se tornasse possível, sido fácil e fluido. Todas as facilidades e acessos por parte da mesma permitiram que a integração no ambiente escolar fosse propício quer à minha aprendizagem, enquanto professor estagiário e, por consequente, a dos alunos, que são tão somente o reflexo das atividades e atitudes proporcionadas para com eles.

A partilha de experiências quer com todos os professores do mestrado quer com a professora cooperante, bem como com os colegas de turma, permitiu que, principalmente para quem tem pouca prática na área do ensino, consiga evoluir e ter todas as ferramentas disponíveis para a sua boa formação inicial.

Numa fase final, a implementação da prática de ensino supervisionada, bem como a conclusão deste relatório, mostraram ser o culminar de todo o processo, possibilitando a implementação e evolução, quer de todo o conhecimento adquirido, quer das experiências partilhadas.

6.1.2. Pesquisa e Trabalhos Futuros

Embora cada trabalho desenvolvido possa contribuir com mais um estudo, uma conclusão, uma interpretação, o trabalho final estará sempre longe de concluído. Pelo menos na área da educação.

Embora algumas conclusões tenham sido tiradas no desenrolar desta prática de ensino supervisionada, muitas questões ficam no ar e por desenvolver. Neste sentido, o escrutínio do trabalho de grupo, embora já realizado em diversos artigos, relatório, inclusivo neste, continua a ter que ser alvo de mais trabalho na realização de pesquisas futuras, quer ao nível dos tipos de grupos, da sua constituição, da sua regulação, entre outros tópicos constituintes da definição e implementação desta metodologia.

Ao nível das competências, embora já existam diversas definições e interpretações, é importante que se encontre uma uniformização e sistematização para

toda a sua utilização. Das competências já definidas, importa perceber se realmente são as que deverão ser pedidas aos alunos ao finalizarem a sua escolaridade obrigatória, bem como o desdobrar de todas elas em ações possíveis de realizar dentro e fora da sala de aula, ou seja, em qualquer ambiente dentro e fora do domínio escolar, permitindo assim o seu uso e potencialização no decorrer do quotidiano e na utilidade que podem ter para com os alunos no futuro.

Sabendo que estes pontos referidos representam pequena uma parte do necessário trabalho a realizar, refletem alguns dos pontos onde no decorrer do relatório de prática de ensino supervisionada, se verificou alguma necessidade de aprofundamento teórico por parte de outras pesquisas e trabalhos.

6.2. Reflexão Final

Neste último ponto do capítulo VI e do presente relatório, farei uma reflexão sobre todo o processo, apontando alguns dos aspetos mais positivos do mesmo, bem como alguns dos aspetos menos positivos e qual o real impacto da prática de ensino supervisionada.

Como já referido anteriormente, o contacto com a escola cooperante e com a professora sempre possibilitaram as melhores ferramentas e acessibilidades, tornando assim todo o processo mais fácil. Como consequência de todo o processo, resultou a implementação de um trabalho de grupo onde os alunos conseguiram potenciar as suas competências, sempre em paralelo com os seus pares, sendo este um dos pontos mais positivos de toda a implementação da prática de ensino supervisionada, o que resume, a aplicação de metodologias e aprendizagens adquiridas pelo contacto fornecido por todo o ambiente curricular.

Claro que como em qualquer atividade, existem sempre aspetos menos positivos. Nas aulas lecionadas, embora o seu decorrer tenha sido sempre dentro do expectável e do planeado, existem sempre variações, às quais o professor terá de se adaptar para que o objetivo final possa ser conseguido. Este ponto foi, um dos pontos mais difíceis ao qual tive que me adaptar, pois não tendo experiência anterior na área,

todas as conversas e partilhas com colegas e professores quer do próprio mestrado quer da escola cooperante permitiram-me absorver situações e cenários já decorridos, podendo assim, antever e prevenir as variações que eventualmente podem decorrer dentro de uma sala de aula.

Passando agora para uma reflexão sobre o trabalho de grupo, o mesmo, enquanto metodologia de ensino-aprendizagem, deverá continuar a ser alvo de intervenção, uma vez que é uma metodologia muito enraizada nas escolas e apreciada pelos alunos, a qual já demonstrou ao longo de vários trabalhos, inclusive deste relatório de PES, que pode ser potencializadora do desenvolvimento de competências, bem como de outras valências esperadas em cada um dos alunos integrantes do ensino obrigatório.

A dedicação do docente deverá ser constante, permitindo que o máximo de cada aluno seja evidenciado.

O sucesso de cada aluno será tão elevado quanto maior for a dedicação atribuída do professor ao mesmo.

Referências

- Almeida, J., & Pinto, J. (1990). *A Investigação nas Ciências Sociais*. Lisboa: Editorial PRESENÇA.
- Bodgan, C., & Biklen, K. (1994). *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora.
- Castro, L., & Ricardo, M. (2003). *Gerir o trabalho de projeto: Guia para a flexibilização e revisão curriculares*. Lisboa: Texto Editora.
- Casulo, J. (2011). Uma Metodologia de Ensino para Aulas Práticas Universitárias: Leitura, Trabalho de Grupo e Debate . *Resista Portuguesa de Pedagogia*, pp. 161-169.
- Correia, S. (2016). *Os recursos tecnológicos e os trabalhos de grupo no ensino da área de integração numa escola profissional do alentejo*. Relatório da Prática de Ensino Supervisionada do Mestrado em Ensino de Economia e de Contabilidade. Instituto de Educação, Universidade de Lisboa.
- Costa, V. (2016). *O ensino de conceitos básicos de contabilidade com utilização das tecnologias digitais*. Relatório da Prática de Ensino Supervisionada do Mestrado em Ensino de Economia e de Contabilidade. Instituto de Educação, Universidade de Lisboa.
- Curado, A. (2017). *Economia no secundário: Como ensinar?* Lisboa: Chiado Editora.
- Deist, F., & Winterton, J. (2005). What is Competence? *Human Resource Development International*, 8, 27-46.
- Dessen, M., & Polonia, A. (2007). *A família e a escola como contextos de desenvolvimento humano*. Universidade de Brasília.

- Esteves, M. (2009). Construção e desenvolvimento das competências profissionais dos professores. *Revista de ciência da educação*, pp. 37-48.
- Faria, E., Rodrigues, I., Perdigão, R., & Ferreira, S. (2017). *Relatório técnico - Perfil do aluno - competências para o século XXI*. Lisboa: Conselho Nacional de Educação (CNE) .
- Ferro, A. (1994). *O método expositivo*. Lisboa: IIEFP.
- Figueiredo, A. (3 de março de 2017). *Que Competências para as Novas Gerações?* Obtido de Medium: <https://medium.com/@adfig/que-compet%C3%A2ncias-para-as-novas-gera%C3%A7%C3%B5es-eeedee676c8d>
- Freitas, M., & Freitas, C. (2003). *Aprendizagem Cooperativa*. Porto: Edições ASA.
- Ghiglione, R., & Matalon, B. (1992). *O Inquérito: Teoria e Prática*. Oeiras: Celta Editora.
- Gomes, A. (2014). *Trabalho de grupo e implicações na aprendizagem em Educação Visual e Tecnológica*. Relatório Final de Estágio do Mestrado em Ensino em Educação Visual e Tecnológica no E. B., Instituto Politécnico de Viseu.
- Kagan, S. (1985). Dimensions of Cooperative Classroom Structures. Em R. Slavin, S. Sharan, S. Kagan, R. Lazarowitz, C. Webb, & R. Schmuck, *Learning to Cooperate, Cooperating to Learn* (pp. 67-96). New York: Plenum Press.
- Kotler, F. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Lima, M. (2000). *Inquérito Sociológico: Problemas da Metodologia*. Lisboa: Editorial Presença.
- Longle, N. (2008). *Avaliação sumativa em diferentes contextos de prática na disciplina de matemática: Um estudo de caso*. Mestrado em Educação, Universidade de Lisboa.

- Lopes, A. (2015). *A Relevância da Metodologia de Aprendizagem Ativa e Fora da Sala de Aula Para a Eficácia da Educação Ambiental*. Mestrado em Ecologia e Gestão Ambiental, Universidade de Lisboa.
- Martins, G. (Coord), Gomes, C, Brocardo, J., Pedroso, J., Carrillo, J., Ucha, L., Encarnação, M., Horta, M., Calçada, M., Nery, R., & Rodrigues, S. (2017). *Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória*. Lisboa: Ministério da Educação.
- Matos, J. (2014). *Princípios Orientadores para o Design de Cenários de Aprendizagem*.
- Murphy, P. K., Greene, J. A., Firetto, C. M., Li, M., Lobczowski, N. G., Duke, R. F., . . . Croninger, R. M. (2017). Exploring the influence of homogeneous versus heterogeneous grouping on students' text-based discussions and comprehension. *Contemporary Educational Psychology*, 51, 336-355. doi:10.1016/j.cedpsych.2017.09.003
- Niza, S. (1998). Movimento Escola Moderna. *A organização social de trabalho de aprendizagem no 1.º ciclo do ensino básico*, pp. 77-98.
- Pato, M. (1995). *Trabalho de Grupo no Ensino Básico: Guia Prático para Professores*. Lisboa: Texto Editora.
- Perrenoud, P. (1999). *Construir as competências desde a Escola*. Lisboa: Artmed.
- Perrenoud, P. (2001). Dez Novas Competências para uma Nova Profissão. *In Pátio. Revista pedagógica*, 8-12. Obtido em março de 2017
- Ponte, J. P., Quaresma, M., & Pereira, J. M. (2015). Educação e Matemática. *Revista da associação de professores de matemática*, 26-35.
- Reis, P. (2013). Uma proposta de organização, gestão e avaliação do trabalho em grupo no âmbito de aulas de ciências. In L. Duso & M. B. Hoffman (Orgs.). Em

Docência em Ciências e Biologia: propostas para um continuado re(iniciar) (pp. 25-52). Unijui: Editora Unijui.

Rodrigues, A. L. (2012). *O papel das novas tecnologias para a aprendizagem autónoma e a criação de conhecimento com base em pedagogias construtivistas na disciplina de economia*. A. Relatório da Prática de Ensino Supervisionada do Mestrado em Ensino de Economia e de Contabilidade. Instituto de Educação, Universidade de Lisboa.

Santos, A., & Leal, J. (2017). *Parecer: Perfil dos alunos para o século XXI*. Lisboa: CNE.

Santos, L. (2016). A articulação entre a avaliação somativa e formativa, na prática pedagógica: uma impossibilidade ou um desafio? *24*, 637-669. doi:10.1590/S0104-40362016000300006

Suleman, F. (2003). *A Produção e a Valorização das Competências no Mercado de Trabalho: Das Abordagens Neo-Clássicas à Economia das Convenções*.

Valente, A. (2012). *O trabalho de grupo e a aprendizagem cooperativa no 1º CEB*. Relatório Final de Estágio do Mestrado em Educação Pré-escolar e Ensino do 1º ciclo do Ensino Básico, Universidade de Aveiro .

Apêndices

I. Diário de Campo

Data	Observações	Reflexões
maio / outubro	<p>Durante este período temporal, foram realizados os primeiros contactos com a professora cooperante Leonor Faustino, mostrando-se a mesma prontamente a colaborar.</p> <p>Com vista a tornar este estágio possível, foi necessário que o Instituto de Educação – UL – entrasse em contacto com a Escola Secundária Jerónimo Emiliano de Andrade com vista a celebrar o protocolo de cooperação. Todos os processos foram conseguidos de forma pertinente e atempada permitindo que o estágio fosse realizado na RAA.</p>	
<p>13 novembro 1.ª aula observada 2 tempos letivos</p>	<p>Turma de técnico de logística UFCD 8503 – Gestão de indicadores Horário: 13h25m-14h55m 16 alunos Sumário: Exemplo prático de análise SWOT. Metodologia 5W2H</p> <p>Após todos os alunos estarem sentados nas suas secretárias, entrando de forma relaxada, mas sem confusão a aula iniciou-se com a professora a ditar o sumário da aula anterior. De seguida procedeu à minha apresentação como professor estagiário, na qual intervim apresentando-me.</p> <p>Após tal, a aula continuou introduzindo a professora a matéria da aula anterior (projetando o quadro da análise SWOT) e questionando os alunos sobre cada um dos indicadores da mesma (avaliação formativa). Depois de todo o enquadramento ter sido realizado, bem como todas as dúvidas tiradas, a professora entregou uma ficha - https://www.nos.pt/empresas/repositorio-informação/criar-uma-empresa/guias-teoricos/Pages/analise-swot.aspx - com exemplos práticos bem como as definições escritas de forma concisa e prática, gerando-se um debate, tentando a professora sempre, com base nas ideias partilhadas pelos alunos, consolidar conhecimentos.</p> <p>Na parte final da aula, a professora colocou a seguinte questão aos alunos: “Como transformar as ameaças encontradas em oportunidades?”. Desenrolando esta temática, foram introduzidos os conceitos de objetivo estratégico, planeamento</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-Método ativo muito utilizado (diálogo com os alunos constante).</p> <p>-Recurso ao PowerPoint como meio auxiliar do método expositivo bem como ao debate.</p>

	<p>estratégico, bem como técnicas e métodos para a conceção dos mesmos.</p> <p>De forma a concluir a aula, a professora introduziu o tema dos indicadores como métodos e técnicas para poder melhorar aquilo que está feito, de forma a poder tornar as ameaças em oportunidades.</p> <p>A aula termina com a professora a indicar o termino da mesma.</p>	
<p>14 novembro 2.^a aula observada 1 tempo letivo</p>	<p>Turma de técnico comercial 2 UFCD 0364 – Marketing comercial – Conceitos e fundamentos Horário: 14h10m-14h55m 16 alunos Sumário: O estudo do mercado em volume. A dimensão do mercado.</p> <p>A aula começou com a professora Leonor a introduzir-me enquanto professor estagiário, seguindo-se a minha apresentação e breve diálogo com os alunos. De seguida, a aula prosseguiu com o sumário da aula anterior, após todos os alunos estarem devidamente sentados, nos seus lugares e prontos a começarem a aula.</p> <p>Após apresentações feitas e sumário definido (da aula anterior), a aula prosseguiu com a professora a introduzir as temáticas lecionadas na aula anterior, mantendo um debate com os alunos, pondo em prática a avaliação formativa, tendo sempre em conta todas as participações dos alunos, tentando com que as suas intervenções fossem concluídas de forma a consolidar a matéria da aula anterior, abordando temas como as variações do mercado, fatores determinantes da variação dos mercados, entre outros.</p> <p>Concluída esta primeira fase da aula, a mesma prosseguiu com a análise de um texto (Fonte: Mercator da língua Portuguesa, 2015), iniciado na aula anterior relacionada com os diferentes tipos de mercados e as diferentes características dos mesmos, bem como os fatores de evolução de curto, médio e longo prazo. De forma alternada, os alunos, por iniciativa própria, liam parte do texto, que de seguida era debatido em turma, mais uma vez a professora utilizando exemplos práticos, bem como apoiando a participação dos alunos e gerando-se um debate formativo.</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-Desde o primeiro momento os alunos encontraram-se muito curiosos com a minha presença em aula.</p> <p>-O início da aula dá-se de forma descontraída, seguindo os alunos, embora um pouco irrequietos, a forma natural da aula.</p> <p>-Método ativo muito utilizado (dialogo com os alunos constante).</p> <p>-Avaliação formativa realizada de forma pertinente e introduzindo a continuação da temática.</p> <p>-A utilização de exemplos práticos é constante.</p>

	A aula termina com a professora a indicar o termino da mesma.	
14 novembro 3. ^a aula observada 2 tempos letivos	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 0364 – Marketing comercial – Conceitos e fundamentos Horário: 15h05m-16h35m 16 alunos</p> <p>Sumário: A dimensão do mercado por consumidores, quantidades e penetração. A estrutura dos mercados: Mercado aberto e mercado fechado.</p> <p>Perante a curiosidade dos alunos, a aula inicia-se com a professora Leonor a dar-me a palavra na qual me introduzo e explico o porque de estar presente em aula e qual o percurso que estou a fazer.</p> <p>De seguida a professora dita o sumário da aula anterior. Antes de avançar na temática planeada para a aula em questão a professora realiza revisões da aula anterior, fazendo uso da avaliação formativa, debatendo com os alunos temas como os tipos de mercado e suas características e a evolução do mercado bem como quais os fatores dessa evolução, concluindo assim as temáticas lecionadas na aula anterior.</p> <p>Introduzindo a temática planeada para a aula em questão a professora começa por projetar na tela um PowerPoint abordando todas as características dos mercados e quais as taxas de penetração de cada mercado. Após os alunos terem passado para o caderno diário as informações pertencentes ao PowerPoint, deu-se o seguimento da matéria fazendo uso do texto pertencente à ficha iniciada na aula anterior (Fonte: Mercator da língua Portuguesa, 2015), na qual os alunos, por iniciativa própria, pediam para ler, a temática da estrutura dos mercados, dando-se depois lugar à troca de ideias entre professora e alunos, consolidando assim a matéria lida. Foi apenas possível debater um dos tipos de mercado (mercado aberto e fechado), concluindo-se assim a aula.</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-Método ativo muito utilizado (dialogo com os alunos constante).</p> <p>-Avaliação formativa realizada de forma pertinente e introduzindo a continuação da temática.</p> <p>-A utilização de exemplos práticos é constante.</p> <p>-Recurso ao PowerPoint como meio auxiliar do método expositivo bem como ao debate.</p> <p>-Está presente em aula uma interprete para acompanhar um aluno com necessidades educativas especiais. A mesma senta-se na mesma secretária do aluno.</p>
15 novembro 4. ^a aula observada 1 tempo letivo	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 0364 – Marketing comercial – Conceitos e fundamentos Horário: 13h25m-14h10m 14 alunos</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p>

	<p>Sumário: Mercado fragmentado induzido e cativo. Introdução à segmentação.</p> <p>A aula inicia-se com a professora a ditar o sumário da aula anterior. De seguida, consolida os conhecimentos transmitidos na aula anterior (avaliação formativa), debatendo com os alunos e dando seguimento a todas as suas ideias de forma a poder dar prosseguimento à aula planeada, consolidando os conhecimentos da aula anterior.</p> <p>Após consolidados os conhecimentos da aula anterior, inicia-se a leitura da ficha não terminada na aula anterior, abordando-se temas como o mercado fragmentado e concentrado, o mercado induzido e o mercado cativo, utilizando sempre o debate como metodologia predominante na sala de aula.</p> <p>Como conclusão da temática, analisa-se, da ficha em questão, dados estatísticos sobre o mercado português.</p> <p>Sendo a próxima temática a abordar a segmentação do mercado e faltando ainda 10 minutos para terminar a aula, a professora, tendo já em sua posse, apresentou à turma 2 pequenos vídeos abordando a mesma temática, dos quais fez uma conclusão, dando por terminada a aula.</p>	<p>-Recurso ao PowerPoint como meio auxiliar do método expositivo bem como ao debate.</p> <p>-Está presente em aula uma interprete para acompanhar um aluno com necessidades educativas especiais. A mesma senta-se na mesma secretária do aluno.</p> <p>-Na utilização dos vídeos, com vista a otimizar a sua prática, poderia ter sido entregue aos alunos um guião de exploração do mesmo.</p>
<p>15 novembro 5.ª aula observada 3 tempos letivos</p>	<p>Turma de técnico de logística UFCD 8503 – Gestão de indicadores Horário: 14h10m-16h35m 16 alunos</p> <p>Sumário: Indicadores da atividade logística.</p> <p>A aula iniciou-se, após todos os alunos se encontrarem sentados na sua secretária, com a professora a ditar o sumário da aula anterior. Em paralelo com o observado nas aulas anteriores, deu-se de seguida espaço para revisões relativamente à aula anterior (avaliação formativa), consolidando o tema da análise SWOT, dando a professora novamente exemplos práticos.</p> <p>Como elo de ligação com a matéria seguinte e relembrando também a matéria lecionada na aula anterior, a professora reforçou a ideia de que é sempre pertinente e perentório tornarmos as ameaças identificadas na análise SWOT em oportunidades, tendo para</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-Recurso ao PowerPoint como meio auxiliar do método expositivo bem como ao debate.</p> <p>-Método expositivo muito utilizado.</p>

	<p>tal a necessidade de entender e interpretar indicadores.</p> <p>Sendo esta turma de técnico de logística, a restante aula foi aproveitada, com recurso ao PowerPoint para apresentar aos alunos, alguns indicadores relacionados com logística, dando sempre a professora o seu enquadramento de forma expositiva.</p>	
<p>16 novembro 6.ª aula observada 2 tempos letivos</p>	<p>Turma de técnico comercial 2 UFCD 0364 – Marketing comercial – Conceitos e fundamentos Horário: 13h25m-14h55m 19 alunos Sumário: A estrutura dos mercados. Introdução ao estudo da segmentação.</p> <p>Após todos os alunos terem entrado na sala de aula e estarem sentados nos seus respetivos lugares, a aula iniciou-se com a professora a ditar o sumário da aula anterior. De seguida, e em paralelo com as aulas anteriores, deu-se espaço para relembrar a matéria lecionada na aula anterior, mantendo a professora um diálogo aberto com os alunos (avaliação formativa), abordando os temas os fatores de evolução dos mercados, quer de curto, médio ou longo prazo, a elasticidade da procura e a dimensão do mercado e seus fatores.</p> <p>Após realizada a parte inicial da aula, a mesma prosseguiu fazendo uso da ficha de leitura iniciada na última aula, havendo espaço novamente à participação dos alunos, lendo, à vez e por iniciativa própria, consolidando depois a professora os conhecimentos transmitidos aquando de cada leitura. Foram abordados os seguintes temas: a estrutura dos mercados, mercado aberto e mercado fechado, mercado fragmentado, mercado concentrado, mercado induzido e mercado cativo.</p> <p>Em forma de conclusão das temáticas abordadas, foram analisados alguns dados sobre o mercado português, como por exemplo: população total, principais importações, principais exportações, importância dos setores económicos no PIB, entre outros. Foi ainda realçado a importância da balança comercial positiva.</p> <p>Terminada esta parte da matéria, a temática da segmentação foi introduzida à turma em</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-No primeiro tempo da aula, um aluno encontrava-se a comer e a perturbar a aula. A professora pediu-lhe que finalizasse as suas atitudes, não acedendo o aluno a tal pedido. A professora pediu-lhe que saísse da aula e voltasse a entrar no segundo tempo.</p> <p>-Avaliação formativa muito presente, aquando das revisões iniciais da aula bem como no decorrer da mesma.</p> <p>-Recurso ao PowerPoint como meio auxiliar do método expositivo bem como ao debate.</p> <p>-Na utilização dos vídeos, com vista a otimizar a sua prática, poderia ter sido entregue aos alunos um guião de exploração do mesmo.</p>

	<p>formato de vídeo, projetando a professora, com recurso ao projetor, dois pequenos vídeos, introduzindo alguns conceitos fundamentais da segmentação bem como alguns exemplos práticos. De seguida, foi gerado um debate, introduzindo a professora perguntas, na qual os alunos participavam e tentavam consolidar as ideias observadas no vídeo.</p> <p>Antes de terminar a aula, foi transmitida informação aos alunos, com recurso ao PowerPoint, abordando temas como “o que é a segmentação?”, razões da segmentação, vários tipos de marketing e o marketing segmentado.</p> <p>Terminando a turma de debater estas temáticas, bem como de registar no caderno diário as informações transmitidas, a professora deu a aula por terminada</p>	
<p>6 de dezembro 1.ª aula lecionada 1 tempo letivo</p>	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 13h25m-14h10m 15 alunos Lição n.º 1 Sumário: Introdução à temática: Marketing mix. O produto.</p> <p>A aula começou com a entrada dos alunos em sala de aula. Como foi a aula n.º 1 referente a esta temática, optei por dar continuidade ao método adotado pela professora cooperante, apenas partilhando o sumário no início da aula seguinte. Não havendo, nesta aula, sumário ditado aos alunos.</p> <p>Após todos os alunos estarem sentados nos seus lugares, introduziu-se a temática do marketing mix. Para introduzir a temática, em formato ppt e com recurso ao método expositivo, foi partilhado com os alunos todos os 5 processos inerentes à elaboração de uma estratégia de marketing, embora que de uma forma reduzida e com o propósito de enquadrar a temática principal da ufcd (plano de manobra – marketing mix). Após a temática estar enquadrada e em formato de introdução dos 4P’s, foi apresentado um vídeo, com recurso a guião de exploração. A aula concluiu-se, com a apresentação e discussão do 1.º P do marketing mix. O</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-Os alunos mostraram-se muito receptivos à utilização do vídeo em sala de aula e concluíram o guião do mesmo com alguma facilidade.</p>

	produto. Os alunos foram autorizados a sair da sala e deu-se por terminada a aula	
12 de dezembro 2.ª aula lecionada 2 tempos letivos	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 15h05m-16h35m 12 alunos Lição n.º 2 e 3 Sumário: O preço, a distribuição e a comunicação no marketing mix. Trabalho de grupo: primeiro contacto com a elaboração do marketing mix.</p> <p>Após todos os alunos terem entrado na sala de aula e se terem sentado nos respetivos lugares, foi dado o sumário da aula anterior. De seguida houve lugar ao enquadramento da matéria iniciada na aula anterior, questionando os alunos sobre alguns temas lecionados anteriormente. Após a matéria estar consolidada, passou-se ao recurso expositivo, dando continuidade ao tema do marketing mix, abordando o preço, a distribuição e a comunicação como componentes do marketing mix. Houve espaço à participação dos alunos, bem como a exemplos práticos, permitindo assim fazer recurso do método ativo.</p> <p>Após a informação estar interiorizada pelos alunos e para que os mesmos pudessem ter um primeiro contacto com a elaboração do marketing mix, foi pedido que em grupos de dois elementos escolhessem uma marca, serviço, produto (...), existente, ou não e que elaborassem o marketing mix do mesmo.</p> <p>De seguida e em formato de debate foi pedido a dois grupos que apresentassem à turma, informalmente, as conclusões a que tinham chegado. Gerou-se alguma discussão, permitindo assim aos alunos perceberem que a elaboração do marketing mix tem que ser muito trabalhada e pensada e não tão somente elaborada como à partida poderiam pensar. Os alunos foram autorizados a sair da sala e deu-se por concluída a aula.</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-No trabalho de grupo não foram transmitidas aos alunos muitas informações específicas de como deveriam elaborar o trabalho de grupo, com o intuito de serem os próprios a explorar o tema pela primeira vez.</p>
13 de dezembro 3.ª aula lecionada 1 tempo letivo	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 13h25m-14h10m 13 alunos Lição n.º 4</p>	-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.

	<p>Sumário: Trabalho de grupo: “O esquema do P”.</p> <p>Depois de todos os alunos terem entrado na sala de aula e terem ocupado os seus respetivos lugares, foi ditado o sumário da aula anterior.</p> <p>Concluída a atividade da aula anterior, foi proposto aos alunos que se agrupassem em grupos (a escolha dos grupos foi aleatória e realizada com apoio a uma plataforma online). Ainda antes da escolha dos grupos, foi explicado, detalhadamente aos alunos quais os procedimentos a adotar aquando da realização do trabalho de grupo e quais os objetivos pretendidos. Foi dado a cada grupo aproximadamente vinte minutos para que pudessem concluir a tarefa. Concluída a tarefa de uma forma clara e objetiva, foi dada por terminada a aula.</p>	<p>-O trabalho de grupo realizou-se de forma ordeira e dentro dos tempos pretendidos.</p>
<p>3 de janeiro 4.ª aula lecionada 1 tempos letivos</p>	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 13h25m-14h10m 12 alunos Lição n.º 5 Sumário: Preparação da apresentação do trabalho de grupo desenvolvido.</p> <p>Depois de todos os alunos terem entrado na sala de aula e de se terem sentado nos respetivos lugares, foi ditado o sumário da aula anterior. De seguida, como combinado com os alunos na aula anterior, deslocamos, de forma livre, mas respeitadora, até à biblioteca da escola para que se pudesse dar lugar à realização das apresentações dos trabalhos.</p> <p>Os alunos agruparam-se junto dos computadores, em grupo, e até ao final da aula, procederam à realização dos trabalhos. Sempre que alguma dúvida surgia, chamavam o professor para a colocar. A realização da tarefa proposta foi concluída, sem muita agitação.</p> <p>Cinco minutos antes de a aula se dar por concluída foi pedido aos alunos que começassem a guardar os seus trabalhos em local seguro, para que depois pudessem recuperá-los para apresentar à turma. Aos grupos que não conseguiram concluir a</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-Foi recomendado aos alunos, vários formatos possíveis de apresentação, embora não fosse obrigatório utilização dos mesmos. Formatos recomendados: -Power Point; -Prezi; -Popplet.</p>

	<p>tarifa, foi pedido que a concluíssem, até à data da próxima aula. Deu-se por concluída a aula.</p>	
<p>9 de janeiro 5.^a aula lecionada 2 tempos letivos</p>	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 15h05m-16h35m 14 alunos Lição n.º 6 e 7 Sumário: Apresentação do trabalho de grupo. O produto: As características intrínsecas do produto. Depois de todos os alunos terem entrado na sala de aula e terem ocupado os seus lugares, ditou-se o sumário da aula anterior. De seguida, deu-se espaço para a apresentação dos trabalhos. Não foi necessário o professor decidir qual seria a ordem dos grupos, pois os mesmos propuseram-se para a apresentação. Cada grupo utilizou mais ou menos cinco minutos para a sua apresentação, seguindo-se o debate com a turma, dos resultados propostos pelos grupos. Pretendia-se assim, que fosse possível, em grupo/turma, concluir se existiam algumas conclusões tiradas pelo grupo que apresentava que pudessem não estar corretas. Desta forma foi possível que, em turma, se concluísse qual a grelha de correção correta para o trabalho de grupo, grelha essa que só foi disponibilizada no final de cada apresentação. Após todos os grupos terem terminado as suas apresentações e a correção das mesmas estivesse finalizada, introduziu-se novamente a matéria lecionada nas aulas iniciais. Nesta fase pretende-se que cada um dos quatro P's seja analisado em maior detalhe e profundidade. Introduziu-se novamente o produto. Nesta segunda parte da aula, abordaram-se as características intrínsecas ao produto: -A fórmula do produto; - Performances; - Design; - A qualidade do produto; - A vantagem do produto. A segunda parte da aula decorreu, com recurso aos ppt's, sempre num formato mais expositivo, no entanto contando com a participação dos alunos, tornando-se os mesmos, num elemento ativo na sua aprendizagem.</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>-Verificou-se que os grupos cumpriram o pretendido e ainda foram além. Um dos grupos, apresentou com recurso à plataforma <i>popplet</i>, e ainda, com recurso ao Microsoft word formulou frases que justificavam as suas escolhas (não pedido pelo professor).</p> <p>-No decorrer do método expositivo, os alunos mostram-se entusiasmados, embora períodos superiores a trinta minutos, sem a existência de um momento de descontração, tornam-se complicados de gerir. Momentos de descontração verificados e autorizados.</p>

	Concluída esta atividade, deu-se por concluída a aula.	
10 de janeiro 6.ª aula lecionada 1 tempo letivo	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 13h25m-14h10m 13 alunos Lição n.º 8 Sumário: O produto: A política de design e a embalagem. Realização de uma ficha formativa.</p> <p>A aula iniciou-se com a entrada dos alunos em sala de aula, ocupando os mesmos os seus respetivos lugares. De seguida ditou-se o sumário da aula anterior. Visto que iria haver uma interrupção nas aulas referentes a esta UFCD, iniciando-se as mesmas novamente em fevereiro, optou-se por dar também o sumário da aula em questão.</p> <p>No seguimento da aula anterior, continuou-se a exposição dos conteúdos em relação ao produto, desta vez: - A política de design: - critérios para avaliar um bom design; - Embalagem: definição e componentes. O método expositivo encontra-se novamente em destaque, no entanto, os alunos, de uma forma ativa, participaram e tiraram dúvidas. De seguida, e em formato formativo, foi entregue uma ficha formativa aos alunos, para que realizassem a mesma em grupos de dois. Depois de concluída, a mesma foi entregue ao professor, para que seja corrigida e novamente entregue aos alunos.</p> <p>Depois de concluída a tarefa, a aula deu-se por concluída.</p>	<p>-No decorrer da aula, ia passando pelos alunos, de forma discreta e sem destabilizar a aula, a folha de presenças.</p> <p>No decorrer do método expositivo, os alunos mostram-se entusiasmados, embora períodos superiores a trinta minutos, sem a existência de um momento de descontração, tornam-se complicados de gerir. Momentos de descontração verificados e autorizados.</p> <p>-A ficha formativa realizada tem como principal objetivo estimular os alunos a desenvolverem as suas respostas, em grupo, fomentando a partilha de conhecimento e o trabalho em grupo.</p>
6 de fevereiro 7.ª aula lecionada 2 tempo letivo	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 15h05m-16h35m 14 alunos Lição n.º 9 e 10 Sumário: Os serviços associados ao produto, os produtos digitais, o ciclo de vida do produto, a política de gama e os produtos inovadores.</p> <p>Após todos os alunos terem entrado na sala de aula e ocupado os seus lugares, deu-se o início da aula. Inicialmente ditou-se o sumário da aula anterior.</p>	

	<p>De seguida e em formato expositivo e ativo, aquando da participação dos alunos, ouve lugar à transmissão de conteúdos, começando pelos serviços associados ao produto, onde se debateu as três etapas a que os mesmos pertencem e quais os diferentes serviços associados a cada uma das etapas. De seguida e de uma forma mais superficial, foram abordadas as seguintes temática: -Os produtos digitais; -O ciclo de vida do produto; -A política de gama.</p> <p>Na parte final da transmissão de conteúdos os produtos inovadores foram o grande foco, transmitindo aos alunos conceitos como a importância da inovação-produto bem como a boa gestão de um projeto de inovação.</p> <p>Na parte final da aula, e em formato de avaliação formativa, foram colocadas aos alunos algumas questões relacionadas com a matéria. Questões essas que poderão ser consultadas no plano de aula referente à aula em questão.</p> <p>Terminando estas fases, deu-se por concluída a aula.</p>	
7 de fevereiro 8.ª aula lecionada 1 tempo letivo	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 13h25m-14h10m 14 alunos Lição n.º 11 Sumário: O carnaval: Bailinho da Escola Vitorino Nemésio.</p> <p>Deslocação dos alunos até ao anfiteatro da escola para assistir ao bailinho preparado pela Escola Secundária Vitorino Nemésio. Aquando do término do mesmo, a aula deu-se por concluída.</p>	-A participação nesta atividade foi considerada de interesse por ir de encontro à cultura Terceirense e por ser possível aos alunos ficarem a par da realidade de outra escola homologa à que os mesmos frequentam.
20 de fevereiro 9.ª aula lecionada 2 tempos letivo	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 15h05m-16h35m 13 alunos Lição n.º 12 e 13 Sumário: Ficha formativa: “O produto”. Os custos associados ao produto. O processo de definição dos preços.</p> <p>A aula iniciou-se com a entrada dos alunos em sala de aula e com o professor a ditar o sumário da aula anterior.</p>	-Avaliação formativa: A ficha formativa realizada na aula 6ª aula, lição n.º 8 foi entregue aos alunos corrigida e com recomendações de melhoria. Foi entregue novamente a mesma ficha, com as mesmas perguntas, para que os alunos pudessem aprimorar as mesmas. Foram ainda acrescentadas algumas questões referentes à matéria entretanto lecionada.

	<p>De seguida, foi entregue aos alunos as fichas formativas anteriormente realizadas, corrigidas. Foi entregue uma nova ficha formativa e os mesmos grupos que realizaram a ficha anterior tiveram quarenta minutos para observar as recomendações feitas na ficha anterior bem como para resolver a nova ficha formativa.</p> <p>Após concluída esta tarefa, iniciou-se a exploração do tópico preço, abordando então os custos associados ao preço bem como o processo de definição do mesmo. Dos subtemas abordados custo fixo, o custo variável e o ponto crítico das vendas foi o mais aprofundado, definindo-se cada um dos conceitos bem como explorando a fórmula para o cálculo do ponto crítico das vendas e qual a sua importância em qualquer tipo de negócio/produto.</p> <p>A aula deu-se por terminada.</p>	
<p>21 de fevereiro 10.ª aula letiva 1 tempo letivo</p>	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 13h25m-14h10m 13 alunos Lição n.º 14 Sumário: Exercício prático: “O ponto crítico das vendas”. Entrega e interpretação do guião para o trabalho de grupo. Escolha dos grupos.</p> <p>A aula iniciou-se com a entrada dos alunos em sala de aula e com o professor a ditar o sumário da aula anterior.</p> <p>Foi projetado no quadro, com recurso ao power point o enunciado de um exercício sobre o ponto crítico das vendas o qual foi pedido aos alunos que, individualmente, o resolvessem. Após a sua resolução, houve espaço à correção do mesmo, voluntariando-se um aluno para vir ao quadro demonstrar a sua resolução. Após tal, debateu-se em turma a conclusão do exercício, tentando que ninguém ficasse por perceber a resolução do mesmo.</p> <p>De seguida e introduzindo o trabalho de grupo a realizar nas aulas seguintes foi entregue a cada aluno o guião do trabalho de grupo. Foi pedido que cada um dos alunos lê-se individualmente as indicações do trabalho de grupo, bem como os procedimentos a adotar em cada uma das fases. Após</p>	<p>-O tempo disponibilizado aos alunos para interpretação do guião objetivava a clara interpretação do mesmo.</p> <p>-A escolha dos grupos foi realizada com recurso à plataforma digital: https://www.randomlists.com/team-generator?items=&grp=1</p> <p>-Os grupos foram escolhidos de forma aleatória com o objetivo de preparar os alunos para o futuro mercado de trabalho.</p>

	<p>concluída esta etapa, foi pedido a cada aluno que partilhasse com a turma o que tinha concluído da interpretação do guião e perguntado se existiam algumas dúvidas. De seguida e com recurso a uma plataforma online foram criados os grupos. Após a criação dos grupos a aula foi dada por terminada.</p>	
<p>27 de fevereiro 11.ª aula letiva 2 tempos letivos</p>	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 15h05m-16h35m 14 alunos Lição n.º 15 e 16 Sumário: Elaboração da pesquisa para o trabalho de grupo. Encontro com os alunos à entrada da biblioteca Municipal de Angra do Heroísmo. Breve diálogo com os alunos sobre os procedimentos a adotar no espaço público. Entrada dos alunos na biblioteca e ocupação dos respetivos lugares, por grupo, previamente reservados. Elaboração da pesquisa para o trabalho de grupo. A aula deu-se por terminada.</p>	<p>-Foi colocado à disposição dos alunos um dossiê contendo todos os power points até à data transmitidos e partilhados com os alunos, facilitando-lhes assim o acesso e a organização de informação que pudessem considerar pertinente a utilizar na elaboração dos trabalhos.</p> <p>-Os grupos eram constituídos por três ou quatro elementos, o que se verificou ser um número um pouco elevado para o espaço disponível na biblioteca Municipal. Desta forma, a aula seguinte deu-se na biblioteca escolar.</p> <p>-Nesta fase, os alunos demonstraram capacidade de utilizar diversificados meios para a sua pesquisa, maioritariamente fazendo uso do computador e dos power-point facultados, transformando assim, a informação adquirida em conhecimento.</p> <p>-Tendo os alunos como desafio a elaboração do TG os mesmos tiveram oportunidade de planear e conduzir a sua pesquisa, embora por vezes, a intervenção do professor se verificasse necessária.</p>
<p>28 de fevereiro 12.ª aula letiva 1 tempo letivo</p>	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 13h25m-14h10m 14 alunos Lição n.º 17 Sumário: Preparação da apresentação do trabalho de grupo. Encontro com os alunos à entrada da biblioteca escolar. O trabalho iniciou-se com os alunos a ocuparem os seus respetivos</p>	<p>-A mudança da biblioteca Municipal para a biblioteca escolar, deu-se devido ao facto de a biblioteca da escola ser mais espaçosa no que enquanto espaço para trabalhar em grupo e com recurso aos computadores.</p> <p>-Aquando da conversa com os grupos verificou-se que os mesmos já tinham realizado e selecionado alguma pesquisa, embora ainda existissem</p>

	<p>lugares e em grupo. De seguida, o professor deslocou-se grupo a grupo, para perceber em que ponto do trabalho os mesmo se encontravam e se tinham alguma dúvida específica. Após cerca de sete a oito minutos de diálogo com cada um dos grupos, os mesmos continuaram a desenvolver o trabalho, desta vez acabando as últimas pesquisas (os grupos que estavam mais atrasados) e iniciando a preparação da apresentação, em formato livre.</p> <p>A aula deu-se por terminada.</p>	<p>tópicos do guião que precisavam ser explorados.</p> <p>-Verificou-se que, embora a escolha dos recursos a utilizar na apresentação fosse livre, os grupos por iniciativa própria optaram por fazer uso do power point.</p> <p>-Estando os alunos em grupo e em constante contacto com os colegas, o relacionamento interpessoal mostrou-se ser um dos pontos críticos e essenciais nesta fase, tendo embora numa fase inicial de serem colocadas muitas barreiras e limites, no decorrer da atividade, os alunos mostraram uma evolução, cumprindo o pedido e ainda mostrando comportamentos de cooperação e partilha.</p>
<p>6 de março 13.ª aula letiva 2 tempos letivos</p>	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 15h05m-16h35m 12 alunos Lição n.º 18 e 19 Sumário: Conclusão da apresentação do trabalho de grupo.</p> <p>Encontro com os alunos à entrada da biblioteca escolar. O trabalho iniciou-se com os alunos a ocuparem os seus respetivos lugares e em grupo. Embora a turma já soubesse qual o prazo estipulado para terminares o trabalho, foi transmitido no início da aula que esta seria a última aula para elaboração dos mesmos.</p> <p>Os alunos utilizaram a aula para concluir as suas apresentações.</p>	<p>-Durante o decorrer da aula o professor andava de grupo em grupo a retirar dúvidas, maioritariamente na questão do ponto crítico das vendas. Verificou-se que a realidade que os alunos conhecem em relação aos custos associados a uma empresa ou produto era um pouco negligente.</p> <p>-Indo no seguimento do constatado na aula anterior, os alunos tiveram que ajustar o seu tipo de comportamento, face à realidade do ambiente proporcionado, controlando o corpo segundo a natureza da atividade e os contextos em que ocorriam.</p> <p>-Nesta fase foi ainda necessário criar uma apresentação, tendo os alunos de manusear diversos materiais, culminando com a criação da mesma.</p>
<p>7 de março 14.ª aula letiva 1 tempo letivo</p>	<p>Turma de técnico comercial 1 UFCD 3836 – Marketing – Principais variáveis Horário: 13h25m-14h10m 14 alunos Lição n.º 20 Sumário: Apresentação dos trabalhos de grupo.</p>	<p>-Nesta última fase, os alunos tiveram oportunidade de ver diversas apresentações, tendo assim contacto com realidade distintas. Os alunos mostraram uma aceitação generalizada face a todas as apresentações, respeitando e apreciando o trabalho dos colegas.</p>

	<p>A aula iniciou-se com a entrada dos alunos. Visto que as aulas anteriores foram realizadas fora do contexto de sala de aula, o professor ditou os sumários das aulas realizadas quer na biblioteca Municipal, quer na biblioteca escolar.</p> <p>De seguida e por ordem, os grupos apresentaram o seu trabalho final à turma, seguindo-se sempre entre apresentações, um debate entre alunos, nomeadamente: -Se os alunos como potenciais investidores investiam no produto em questão; -Quais as principais dúvidas que ficaram acerca do produto após verem a apresentação.</p> <p>Terminadas as apresentações deu-se por concluída a aula.</p>	
--	--	--

II. Planos de Aula

**PLANO DE CURTO PRAZO
PLANO DE AULA**

Grupo: Técnico comercial **Ano:** 10º
UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Turma: 1

Aula: nº1	Data: 06/12/2017	Duração da aula: 45min
Sumário: Introdução à temática: Marketing mix.		

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
<p>Listar as diferentes fases da elaboração da estratégia de marketing.</p> <p>Reconhecer o marketing mix no plano geral do marketing.</p> <p>Identificar o conteúdo marketing mix.</p>	<p>UFCD 3836</p> <p>Marketing – principais variáveis</p>	<p>Reconhece a importância do marketing mix e a sua integração no plano estratégico da empresa.</p> <p>Define o conceito de marketing mix.</p> <p>Enumera e define os diferentes componentes do marketing mix.</p>	<p>Entrada dos alunos em sala de aula.</p> <p>Introdução à nova UFCD, bem como procedimento de explicação do desenrolar da mesma.</p> <p>Entrega do guião de exploração do vídeo.</p> <p>Visualização do vídeo (1m20s).</p> <p>Discussão sobre o conhecimento adquirido aquando do vídeo e do preenchimento do guião.</p> <p>Exposição de conteúdos: -Breve descrição sobre a elaboração da estratégia de marketing. -Marketing mix. -4P's do marketing mix.</p>	<p>5</p> <p>5</p> <p>20</p> <p>15</p>	<p>Método ativo, expositivo e interrogativo</p>	<p>Computador</p> <p>Projetor</p> <p>Power-Point</p>	<p>Avaliação diagnóstica:</p> <p>Realizada aquando da introdução da UFCD.</p> <p>Avaliação formativa:</p> <p>N/A</p>

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrada dos alunos em sala de aula. -Será introduzida, pelo professor o início da nova temática. -Introduzindo o conceito de marketing mix, primeiro será explicado, de uma forma sintética, a elaboração da estratégia de marketing, da qual está introduzido o conceito a desenvolver. -Será entregue aos alunos um guião de exploração de um vídeo. Orientando-os sobre o decorrer do vídeo bem como com algumas questões de preenchimento rápido. Depois de visto o vídeo, será debatido o decorrer do mesmo bem como o sucesso do preenchimento do guião de exploração. Introduzindo desta forma os alunos para a nova temática. Video: https://www.youtube.com/watch?v=vZ4uF7nnU7g -Apresentação do Power-Point com exposição da matéria. (Método expositivo). 	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral:</p> <ul style="list-style-type: none"> -O que significa marketing mix? -Como se elabora uma estratégia de marketing? -Quais as diferentes etapas? <p>Questões para avaliação formativa: N/A</p> <p>Diferenciação pedagógica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.
--	--

Nota: Será utilizado nesta aula, um vídeo em formato introdutório (introduzindo a temática).

**PLANO DE CURTO PRAZO
PLANO DE AULA**

Grupo: Técnico comercial **Ano:** 10º
UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Turma: 1

Aula: n.º 2 e 3

Data: 12/12/2017

Duração da aula: 1h30min

Sumário: Os componentes do marketing mix. Trabalho de grupo – Exploração dos componentes do marketing mix

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
<p>Listar os diferentes elementos que compõem o marketing mix.</p> <p>Reconhecer o equilíbrio do marketing mix.</p> <p>Elaborar sínteses esquemáticas, tornando o marketing mix num todo.</p>	<p>UFCD 3836</p> <p>Marketing – principais variáveis</p>	<p>Reconhece a importância do marketing mix na elaboração de um plano estratégico.</p> <p>Define o conceito de marketing mix.</p> <p>Enumera e define os diferentes componentes do marketing mix.</p>	<p>Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior.</p> <p>Exposição de conteúdos: -4P's do marketing mix</p> <p>Síntese esquemática, apresentada com recurso ao PowerPoint, da matéria até então lecionada.</p> <p>Introdução, criação dos grupos e explicação do trabalho pretendido a desenvolver.</p> <p>Trabalho de grupo.</p>	<p>5</p> <p>50</p> <p>3</p> <p>2</p> <p>30</p>	<p>Método ativo, expositivo e interrogativo</p>	<p>Computador</p> <p>Projetor</p> <p>Power-Point</p>	<p>Avaliação diagnóstica:</p> <p>N/A</p> <p>Avaliação formativa:</p> <p>N/A</p>

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior. -Continuação, com recurso ao método expositivo, da matéria iniciada na aula anterior. -Elaboração gráfica, resumindo a matéria lecionada. -Introdução do exercício prático para consolidação da matéria. -Escolha dos grupos. -Trabalho de grupo. 	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa: N/A</p>
<p>-Os alunos terão trinta minutos para trocar ideias para poderem chegar às conclusões pretendidas.</p>	<p>Diferenciação pedagógica: -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

Nota: Como exercício prático, em grupo, será pedido aos alunos que escolhem um produto ou serviço já existente, ou não, e que formulem o marketing mix do mesmo. O objetivo será os alunos explorarem, pela primeira vez, a criação de um dos componentes da elaboração de uma estratégia de marketing: O marketing mix.

**PLANO DE CURTO PRAZO
PLANO DE AULA**

Grupo: Técnico comercial **Ano:** 10º
UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Turma: 1

Aula: n.º 4	Data: 13/12/2017	Duração da aula: 45min
Sumário: Trabalho de grupo: O esquema do P		

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/ Estratégias	Recursos	Avaliação	
Distinguir os diferentes componentes do marketing mix.	UFCD 3836 Marketing – principais variáveis	Distingue e caracteriza os diferentes componentes dos 4P's.	Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior.	5	Método ativo, expositivo e interrogativo	Computador Projetor Power-Point	Avaliação diagnóstica: N/A	
Diferenciar os quatro P's do marketing mix.		Identifica os diferentes componentes do marketing mix.	Questionamento aos alunos sobre a temática lecionada na aula anterior.	10				Avaliação formativa:
Marcar cada elemento do marketing mix de acordo com a sua categoria.		Agrupar os vários componentes do marketing mix por categoria.	Introdução, criação dos grupos e explicação dos procedimentos a adotar para a realização do trabalho de grupo.	5				
			Trabalho de grupo.	25			Realizada no início da aula sobre a matéria lecionada na aula anterior.	

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior. -Revisões, com recurso ao método interrogativo/ativo, da matéria lecionada nas aulas anteriores. -Introdução do trabalho de grupo para consolidação da matéria. -Escolha dos grupos. -Trabalho de grupo. -Os alunos terão 25 minutos para ler, interpretar, trocar ideias para, por fim, poderem responder às questões colocadas, de uma forma pertinente. 	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Qual a importância do marketing mix? -Quais são as diferentes fases na elaboração de uma estratégia de marketing? -Em que fase se enquadra o marketing mix? -Quais são os diferentes componentes do marketing mix? <p>Diferenciação pedagógica: -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>
--	--

Nota: Para escolha dos grupos, em formato aleatório, será utilizada uma página do browser, específica para esta finalidade, a qual poderá ser acedida em:
<https://www.randomlists.com/team-generator?items=Luis,Bea,Gon%C3%A7alo,Laura&grp=7>

**PLANO DE CURTO PRAZO
PLANO DE AULA**

Grupo: Técnico comercial **Ano:** 10º
UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Turma: 1

Aula: n.º 5	Data: 03/01/2018	Duração da aula: 45min
Sumário: Preparação da apresentação do trabalho de grupo desenvolvido.		

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/ Estratégias	Recursos	Avaliação	
Distinguir os diferentes componentes do marketing mix.	UFCD 3836 Marketing – principais variáveis	Distingue e caracteriza os diferentes componentes dos 4P's.	Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior.	5	Método ativo, expositivo e interrogativo	Computador Projector Power-Point	Avaliação diagnóstica: N/A	
Diferenciar os quatro P's do marketing mix.		Identifica os diferentes componentes do marketing mix.	Deslocação até à sala de computadores e breve introdução do trabalho a desenvolver	10				Avaliação formativa: N/A
Elaborar uma apresentação.		Prepara uma apresentação.	Preparação da apresentação.	30				

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior. -Deslocação da turma até à sala de computadores. -Desenvolvimento e preparação, em formato diferenciado e à escola, de uma apresentação para partilhar com a turma as conclusões tiradas aquando do desenvolvimento do trabalho de grupo: “ O esquema do P”. 	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa: N/A</p>
	<p>Diferenciação pedagógica: -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>
<p>Nota:</p>	

**PLANO DE CURTO PRAZO
PLANO DE AULA**

Grupo: Técnico comercial **Ano:** 10º
UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Turma: 1

Aula: n.º 6 e 7	Data: 09/01/2018	Duração da aula: 1h30min
Sumário: Apresentação do trabalho de grupo. O produto: As características intrínsecas do produto.		

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/ Estratégias	Recursos	Avaliação
Transmitir os conhecimentos adquiridos.	UFCD 3836 Marketing – principais variáveis	Apresenta o trabalho realizado de uma forma clara e objetiva.	Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior.	5	Método ativo, expositivo e interrogativo.	Computador	Avaliação diagnóstica: N/A
Conhecer as diferentes características intrínsecas ao produto.		Distingue os diferentes critérios da criação de uma embalagem.	Os grupos, apresentam, um de cada vez, o trabalho realizado e preparado.	40		Projektor	
Identificar um produto-vantagem.		Identifica as diferentes características intrínsecas do produto.	Exposição de conteúdos: -As características intrínsecas do produto;	45		Power-Point	

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior. -Os grupos já criados, terão oportunidade de partilhar com a turma o trabalho por eles desenvolvido. Pretende-se que o grupo: <ul style="list-style-type: none"> -Partilhe as suas decisões, fundamentando e explicitando; -Recolha o feedback dos colegas de turma, com o objetivo de chegar a conclusão do exercício; -Corrigido, caso necessário, alguma das escolhas feitas pelo mesmo. -Após concluída esta tarefa, a segunda parte da aula será utilizada para explorar o produto, elemento do marketing mix, com mais profundidade, abordando aspectos como: <ul style="list-style-type: none"> -As características intrínsecas do produto; 	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa: N/A</p>
	<p>Diferenciação pedagógica: -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

<p>Nota:</p>

**PLANO DE CURTO PRAZO
PLANO DE AULA**

Grupo: Técnico comercial **Ano:** 10º
UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Turma: 1

Aula: n.º 8	Data: 10/01/2018	Duração da aula: 45min
Sumário: O produto: A política de design e a embalagem. Realização de uma ficha formativa.		

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/ Estratégias	Recursos	Avaliação	
Identificar uma política de design e embalagem adequada.	UFCD 3836 Marketing – principais variáveis	Identifica as diferentes características de uma política de design.	Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior.	5	Método ativo, expositivo e interrogativo.	Computador Projetor Power-Point	Avaliação diagnóstica: N/A	
Reconhecer os diferentes níveis de embalagem.		Distingue os diferentes critérios da criação de uma embalagem.	Exposição de conteúdos: -A política de design; -A embalagem.	25				Avaliação formativa:
Enumerar as diferentes associações ao código de cores.			Ficha formativa: O produto	20				

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior. -A aula iniciará com a continuação da matéria iniciada na aula anterior: “O produto”, abordando os seguintes temas: <ul style="list-style-type: none"> -A política de design; -A embalagem. -Depois de concluída esta tarefa, iniciar-se-á uma ficha formativa, em grupos de 2, tentando, de uma forma simples e prática, tentar perceber se os alunos interpretaram e perceberam os conceitos pretendidos relacionados com esta matéria. A ficha formativa será, depois de concluída, entregue ao professor. 	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -As que constam da ficha formativa.
	<p>Diferenciação pedagógica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.

Nota:

PLANO DE CURTO PRAZO

PLANO DE AULA

Grupo: Técnico comercial

Ano: 10º

Turma: 1

UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Aula: n.º 9 e 10

Data: 06/02/2018

Duração da aula: 1h30min

Sumário: Os serviços associados ao produto, os produtos digitais, o ciclo de vida do produto, a política de gama e os produtos inovadores.

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
<p>Reconhecer os diferentes serviços associados ao produto, bem como as suas diferentes fases.</p> <p>Descrever quer os produtos digitais que os produtos inovadores.</p> <p>Definir as diferentes fases do ciclo de vida do produto bem como a diferença entre gama e linha.</p>	<p>UFCD 3836</p> <p>Marketing – principais variáveis</p>	<p>Reconhece os vários tipos de serviços associados ao produto.</p> <p>Define as diferentes fases do ciclo de vida do produto.</p> <p>Define a diferença entre gama e linha.</p> <p>Descreve os produtos digitais bem como os inovadores.</p>	<p>Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior.</p> <p>Exposição de conteúdos: -Os serviços associados ao produto; -Os produtos digitais; -O ciclo de vida do produto; -A política de gama; -Os produtos inovadores.</p> <p>Revisão oral dos conteúdos lecionados na aula.</p>	<p>5</p> <p>70</p> <p>15</p>	<p>Método ativo, expositivo e interrogativo</p>	<p>Computador</p> <p>Projektor</p> <p>Power-Point</p>	<p>Avaliação diagnóstica:</p> <p>N/A</p> <p>Avaliação formativa:</p> <p>Aquando da revisão oral dos conteúdos.</p>

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <ul style="list-style-type: none"> -A aula inicia-se com a entrada dos alunos em sala de aula e com o sumário da aula anterior. -Continuação do desenvolvimento do tópico produto. -Recurso ao método expositivo bem como ao ativo no decorrer da atividade. -No final da aula, em género de debate serão colocadas algumas questões aos alunos, com o objetivo de consolidar a matéria lecionada. 	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Quais os diferentes tipos de serviços associados ao produto existem e quais as suas diferentes fases? -Quais as diferentes fases do ciclo de vida de um produto e quais as suas características? -Qual a diferença entre gama e linha?
	<p>Diferenciação pedagógica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.

Nota:

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <p>-Os alunos e o professor reuniram-se à porta da sala para depois se deslocarem até ao anfiteatro da escola.</p> <p>-Depois de todos sentados, procedeu-se à observação do bailinho da Escola Secundária Vitorino Nemésio.</p>	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa: N/A</p>
	<p>Diferenciação pedagógica: -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

Nota:

PLANO DE CURTO PRAZO

PLANO DE AULA

Grupo: Técnico comercial

Ano: 10º

Turma: 1

UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Aula: n.º 12 e 13

Data: 20/02/2018

Duração da aula: 1h30min

Sumário: Ficha formativa: “O produto”. Os custos associados ao produto. O processo de definição dos preços.

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
Ajustar as respostas anteriormente dadas.	UFCD 3836 Marketing – principais variáveis	Ajusta as respostas e demonstra capacidade de adaptação.	Entrada dos alunos na sala de aula e sumário da aula anterior.	5	Método ativo, expositivo e interrogativo	Computador	Avaliação diagnóstica: N/A Avaliação formativa: No decorrer da ficha formativa realizada na parte inicial da aula
Demonstrar capacidade de adaptação e de melhoria.		Identifica os diferentes custos associados ao produto.	Realização de uma ficha formativa.	40		Projetor	
Identificar os diferentes custos associados ao produto.		Identifica o processo de definição dos preços.	Exposição de conteúdos sobre o preço: -Os custos associados ao produto; -O processo de definição dos preços.	45		Power-Point	
Identificar o processo de definição dos preços.							
Listar os diferentes custos associados ao produto.		Lista os diferentes custos associados ao produto.					

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <p>-Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior.</p> <p>-Realização de uma ficha formativa: “O produto”. A ficha formativa vem no seguimento da já realizada anteriormente e pretende-se com esta tarefa, aplicar a avaliação formativa.</p> <p>-Exposição de conteúdos programáticos: - Os custos associados ao produto; O processo de definição dos preços.</p>	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa:</p> <p>-As que constam na ficha formativa.</p>
	<p>Diferenciação pedagógica:</p> <p>-O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

Nota: A realização da ficha formativa vem no seguimento da já realizada. Tendo a anterior sido corrigida e entregue aos alunos. Esta ficha formativa contém perguntas semelhantes às da ficha formativa anterior, bem como algumas mais, referentes à matéria entretanto lecionada. Pretende-se que os alunos analisem as recomendações dadas anteriormente e que construam novamente respostas, desta vez mais completas e de encontro ao pretendido.

PLANO DE CURTO PRAZO

PLANO DE AULA

Grupo: Técnico comercial

Ano: 10º

Turma: 1

UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Aula: n.º 14

Data: 21/02/2018

Duração da aula: 45min

Sumário: Exercício prático: O ponto crítico das vendas. Entrega e interpretação do guião para o trabalho de grupo. Escolha dos grupos.

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
<p>Construir e definir estruturas de custos fixos e variáveis para uma realidade proposta.</p> <p>Praticar o cálculo do ponto crítico das vendas.</p> <p>Interpretar um guião.</p>	<p>UFCD 3836</p> <p>Marketing – principais variáveis</p>	<p>Constrói e define estruturas de custos fixos e variáveis para uma realidade proposta.</p> <p>Pratica o cálculo do ponto crítico das vendas.</p> <p>Interpreta um guião.</p>	<p>Entrada dos alunos em sala de aula e sumário da aula anterior.</p> <p>Realização de um exercício prático sobre o ponto crítico das vendas.</p> <p>Entrega do guião e interpretação do mesmo.</p> <p>Escolha dos grupos com recurso a uma plataforma de escolhas aleatórias.</p>	<p>5</p> <p>25</p> <p>12</p> <p>3</p>	<p>Método ativo, expositivo e interrogativo</p>	<p>Computador</p> <p>Projetor</p> <p>Power-Point</p>	<p>Avaliação diagnóstica:</p> <p>-N/A</p> <p>Avaliação formativa:</p> <p>-Aquando da realização do exercício.</p>

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <p>-Entrada dos alunos na sala de aula e sumário da aula anterior.</p> <p>-Realização de um exercício sobre o ponto crítico das vendas. O mesmo será projetado no quadro com recurso ao projetor e ao power point.</p> <p>-Depois de concluída e percebida a tarefa, será distribuído, individualmente, um guião para o trabalho de grupo a realizar nas aulas seguintes. Cada aluno terá cerca de 5 minutos para ler o mesmo individualmente. Após a leitura individual do guião, proceder-se-á a um esclarecimento de eventuais dúvidas.</p> <p>-Depois de interpretado o guião, será feita a escolha dos grupos. A escolha será feita através de uma plataforma online e a mesma será aleatória.</p>	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa:</p> <p>-As constantes do power point projetado no início da aula.</p>
	<p>Diferenciação pedagógica:</p> <p>-O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

<p>Nota:</p>

PLANO DE CURTO PRAZO

PLANO DE AULA

Grupo: Técnico comercial

Ano: 10º

Turma: 1

UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Aula: n.º 15 e 16

Data: 27/02/2018

Duração da aula: 1h30min

Sumário: Elaboração da pesquisa para o trabalho de grupo.

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
<p>Pesquisar informação, quer através dos slides disponibilizados aquando do decorrer das aulas, quer através de outras fontes consideradas fidedignas.</p> <p>Selecionar a informação a utilizar, indo de encontro ao pedido no guião.</p>	<p>UFCD 3836</p> <p>Marketing – principais variáveis</p>	<p>Pesquisa informação, quer através dos slides disponibilizados quer através de outras fontes.</p> <p>Seleciona informação a utilizar.</p>	<p>Entrada dos alunos na biblioteca municipal de Angra do Heroísmo.</p> <p>Realização da pesquisa da informação para a elaboração da apresentação de grupo.</p>	<p>5</p> <p>85</p>	<p>Método ativo, expositivo e interrogativo</p>	<p>Computador</p> <p>Projetor</p> <p>Power-Point</p>	<p>Avaliação diagnóstica:</p> <p>N/A</p> <p>Avaliação formativa:</p> <p>N/A</p>

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <p>-O ponto de encontro foi na entrada da biblioteca municipal de Angra do Heroísmo.</p> <p>-Depois de se encontrarem todos os alunos presentes, procedeu-se à entrada no estabelecimento onde os alunos puderam ocupar os lugares que estavam previamente reservados para eles.</p> <p>-De seguida teve espaço à realização da pesquisa e da filtragem de conteúdos a utilizar.</p>	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa: N/A</p>
	<p>Diferenciação pedagógica: -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

Nota: Foi colocado à disposição dos alunos um dossiê contendo todos os power points até à data transmitidos aos alunos, facilitando-lhes assim o acesso a informação que pudessem considerar pertinente a utilizar.

PLANO DE CURTO PRAZO

PLANO DE AULA

Grupo: Técnico comercial

Ano: 10º

Turma: 1

UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Aula: n.º 17	Data: 28/02/2018	Duração da aula: 45min
Sumário: Preparação da apresentação do trabalho de grupo.		

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
Executar os passos definidos no guião. Usar os recursos ao dispor para permitir uma melhor apresentação. Construir uma apresentação em formato livre.	UFCD 3836 Marketing – principais variáveis	Executa os passos definidos no guião. Usa os recursos disponíveis. Constrói uma apresentação.	Entrada dos alunos na biblioteca da escola. Início da preparação da apresentação em grupo.	5 40	Método ativo, expositivo e interrogativo	Computador Projetor Power-Point	Avaliação diagnóstica: N/A Avaliação formativa: N/A

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <p>-Entrada dos alunos na biblioteca escolar.</p> <p>-Após estarem todos nos seus lugares, já anteriormente reservados, puderam começar a realizar a sua apresentação, fazendo uso dos suportes que entendessem. A informação selecionada na aula anterior, permite que a apresentação seja realizada de uma forma mais ordeira e com os conceitos já definidos.</p>	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral: N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa: N/A</p>
	<p>Diferenciação pedagógica: -O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

<p>Nota:</p>

PLANO DE CURTO PRAZO

PLANO DE AULA

Grupo: Técnico comercial

Ano: 10º

Turma: 1

UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Aula: n.º 18 e 19	Data: 06/03/2018	Duração da aula: 1h30min
Sumário: Conclusão da preparação da apresentação do trabalho de grupo.		

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
<p>Selecionar a informação destacada pelo grupo.</p> <p>Expor para a apresentação tudo aquilo que pesquisaram e concluíram.</p> <p>Diferenciar as diferentes etapas do trabalho de grupo.</p> <p>Realçar a informação considerada mais importante.</p>	<p>UFCD 3836</p> <p>Marketing – principais variáveis</p>	<p>Seleciona e expõe a informação recolhida para posterior apresentação.</p> <p>Diferencia as diferentes etapas do trabalho de grupo.</p> <p>Realça a informação considerada mais importante.</p>	<p>Chegada dos alunos e entrada na biblioteca da escola.</p> <p>Continuação do trabalho iniciado na aula anterior.</p> <p>Explicação dos processos a adotar na próxima aula, para a apresentação dos trabalhos de grupo.</p>	<p align="center">5</p> <p align="center">80</p> <p align="center">5</p>	<p>Método ativo, expositivo e interrogativo</p>	<p>Computador</p> <p>Projetor</p> <p>Power-Point</p>	<p>Avaliação diagnóstica:</p> <p align="center">N/A</p> <p>Avaliação formativa:</p> <p align="center">N/A</p>

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <p>-Os alunos chegam à biblioteca da escola e em grupos, ocupam os seus lugares junto dos computadores.</p> <p>-Numa fase seguinte, continuam o trabalho iniciado na aula anterior. Continuação e conclusão dos recursos a utilizar aquando da apresentação.</p> <p>-No decorrer da aula, o professor deslocar-se-á a cada grupo, individualmente para dar orientações finais, caso tal se verifique apropriado.</p>	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral:</p> <p>N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa:</p> <p>N/A</p>
	<p>Diferenciação pedagógica:</p> <p>-O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

Nota:

PLANO DE CURTO PRAZO

PLANO DE AULA

Grupo: Técnico comercial

Ano: 10º

Turma: 1

UFCD 3836: Marketing – principais variáveis

Aula: n.º 20	Data: 07/03/2018	Duração da aula: 45min
Sumário: Apresentação dos trabalhos de grupo.		

Objetivos	Conteúdos	Competências específicas	Atividade (decorrer da aula)	Tempo (min.)	Métodos/estratégias	Recursos	Avaliação
<p>Usar os recursos escolhidos de uma forma pertinente e capaz.</p> <p>Demonstrar a informação trabalhada e preparada.</p> <p>Adaptar a realidade da zona de apresentação de encontro aos objetivos específicos do grupo na apresentação.</p>	<p>UFCD 3836</p> <p>Marketing – principais variáveis</p>	<p>Usa os recursos escolhidos enquanto grupo de uma forma eficaz e perceptível.</p> <p>Partilha e demonstra a informação recolhida com a turma.</p> <p>Adapta a apresentação à realidade da sala de aula.</p>	<p>Entrada dos alunos na sala de aula.</p> <p>Apresentação dos trabalhos de grupo (4 grupos).</p>	<p align="center">5</p> <p align="center">40</p>	<p>Método ativo, expositivo e interrogativo</p>	<p>Computador</p> <p>Projetor</p> <p>Power-Point</p>	<p>Avaliação diagnóstica:</p> <p align="center">N/A</p> <p>Avaliação formativa:</p> <p align="center">N/A</p>

<p>Desenvolvimento da aula:</p> <p>-A aula começará com a entrada dos alunos em sala de aula.</p> <p>-Após estarem todos sentados nos seus lugares o primeiro grupo a apresentar deslocar-se-á até à zona frontal da sala para preparar o início da sua apresentação. Quando tudo estiver preparado, o grupo procederá à apresentação do seu trabalho realizado.</p> <p>-O processo irá repetir-se por quatro vezes de forma a que todos os grupos possam apresentar.</p>	<p>Questões para avaliação diagnóstica oral:</p> <p>N/A</p> <p>Questões para avaliação formativa:</p> <p>N/A</p>
	<p>Diferenciação pedagógica:</p> <p>-O nível de questões efetuadas será adequado às especificidades de cada aluno.</p>

Nota: O primeiro grupo a apresentar será aquele que se voluntariar para tal. Caso nenhum grupo se voluntarie, a apresentação dos trabalhos será pela ordem crescente dos grupos, definidos aquando da criação dos grupos.

III. Slides em PowerPoint Utilizados Durante a PES

MARKETING MIX

Adaptado de: Mercator da língua portuguesa

UFCD 3836
Principais variáveis

Luís Miguel Branco Silveira

MARKETING MIX

Qual o significado de **MARKETING MIX**?

Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro. Marketing identifica necessidades e desejos não realizados. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o potencial de lucro.

Philip Kotler

É o conjunto de variáveis controláveis sobre as quais a empresa pode e deve atuar para, colmatando as dificuldades criadas pelas variáveis não controláveis, atingir as seus objetivos definidos no plano de marketing.

MARKETING MIX

A elaboração da estratégia de marketing

Análise e diagnóstico da situação

A fixação dos objetivos

As opções estratégicas

O plano de manobra

Os planos de ação de marketing

Mercator XXI



MARKETING MIX

A elaboração da estratégia de marketing

Análise e diagnóstico da situação

- A análise externa: o meio envolvente, o mercado e os clientes
- A análise externa: os concorrentes
- A análise interna
- A análise SWOT

Mercator XXI



MARKETING MIX

A elaboração da estratégia de marketing

A fixação dos objetivos

- Formulação explícita e quantificada dos objetivos
- Os principais tipos de objetivos de uma estratégia de marketing
- A posição visada no mercado

Mercator XXI



MARKETING MIX

A elaboração da estratégia de marketing

As opções estratégicas

- A escolha dos alvos
- A escolha das fontes de mercado
- A escolha do posicionamento
- A definição da política da marca

Mercator XXI



MARKETING MIX

A elaboração da estratégia de marketing

O plano de manobra

4P's

Mercator XXI



MARKETING MIX

A elaboração da estratégia de marketing

Os planos de ação de marketing

- **Elaboração e formulação do marketing MIX**
- **Avaliação do plano de ação**

Mercator XXI



MARKETING MIX

Vídeo

Leiam bem o guião do vídeo antes de iniciarmos

E estejam atentos!! 😊



MARKETING MIX

Product

Produto

Price

Preço

Placement

Distribuição

Promotion

Comunicação



MARKETING MIX

Produto/Serviço

Marca

Características

Embalagem



MARKETING MIX

Produto/Serviço

Qual destas imagens se refere ao produto e qual se refere ao serviço? Porquê?



MARKETING MIX

Marca



MARKETING MIX

Características

- Peso
- Dimensão
- Características técnicas
- (...)

Product

MARKETING MIX

Embalagem

- Características da embalagem
 - Ser apelativo ao cliente
 - Impacto no meio ambiente



Price

MARKETING MIX

Preço psicológico

Condições/Prazo de pagamento

PVP

Descontos

Price



MARKETING MIX

Preço psicológico



O preço psicológico é uma estratégia de marketing que utiliza técnicas psicológicas para influenciar a percepção dos consumidores a respeito dos preços. Essas técnicas visam atingir o subconsciente das pessoas para que os preços e descontos pareçam mais vantajosos e a dor de gastar o dinheiro diminua



Price

MARKETING MIX

Condições/Prazo de pagamento

Existem vários métodos de pagamento bem como prazos de pagamento

- A empresa aceita pagamento:
 - A 30 dias?
 - A 90 dias?
 - Só a pronto pagamento?
- Todos os cartões são aceites?

Estas são algumas questões a ter em consideração aquando da definição destes pontos



MARKETING MIX

PVP

PVP = Preço de venda ao público

Como é definido?

$PC + ML + IVA = PVP$

PC – Preço de custo

ML – Margem líquida

IVA – Imposto de valor acrescentado



MARKETING MIX

Descontos

- A empresa pratica descontos de pronto pagamento?
 - A empresa pratica descontos de quantidade?
- Existe alguma técnica que promova os descontos quando seja necessário escoar stock?



MARKETING MIX

Canais de distribuição

Armazenagem

Transporte



MARKETING MIX

Canais de distribuição

Qual o melhor caminho que uma empresa deve escolher, para fazer chegar os seus produtos aos clientes?



-Vendas online:

Redes sociais

E-commerce

-Venda em loja

-Venda direta



MARKETING MIX

Armazenagem e Transporte

- É necessário armazenar os produtos durante muito tempo?
 - Os produtos são perecíveis?
- Como chegam os produtos aos clientes?



MARKETING MIX

Publicidade

Promoções de venda

Força de vendas

Relações públicas



MARKETING MIX

Publicidade

Publicidade significa, **divulgar, tornar público um facto ou uma ideia.**

Existem várias formas de publicitar:

- Através de anúncios de televisão
- Através de canais/vídeos do youtube
 - Através de mupis
 - (...)



MARKETING MIX

Promoções de venda

Promoção de vendas é uma técnica utilizada com a finalidade de fazer o utilizador adquirir o bem ou serviço oferecido

Pode ser através de descontos de quantidade, de um simples desconto sobre o preço final.



MARKETING MIX

Força de vendas

A força das vendas define com que “força” o produto irá penetrar no mercado, através do contacto com o cliente, com distribuidores.

Este processo define a implementação do produto no mercado



MARKETING MIX

Relações públicas



Como o próprio nome indica o termo relações públicas são as atividades realizadas com os públicos de interesse da empresa.



MARKETING MIX

Product

- Produto/Serviço
 - Marca
- Características
- Embalagem

Price

- Preço psicológico
- Condições/Prazo de pagamento
 - PVP
 - Descontos

Placement

- Canais de distribuição
 - Armazenagem
 - Transporte

Promotion

- Publicidade
- Promoções de venda
- Força das vendas
- Relações públicas



O PRODUTO

Adaptado de: Mercator da língua portuguesa

UFCD 3836
Principais variáveis

Luis Miguel Branco Silveira

O PRODUTO

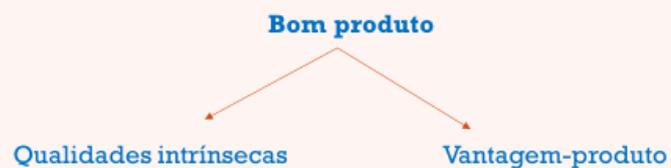
- As características intrínsecas ao produto
 - A política de design e a embalagem
 - Os serviços associados ao produto
 - Os produtos digitais
 - O ciclo de vida de um produto
 - A política de gama
- A inovação e o lançamento de novos produtos



O PRODUTO

AS CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS AO PRODUTO

“As características de um produto são os seus atributos reais, objetivos e observáveis”



O PRODUTO

AS CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS AO PRODUTO

Exemplos de características intrínsecas ao produto

	Fórmula do produto	Performances	Design
Lixívia	Produtos químicos que entram em composição	Eficácia na lavagem para determinadas nódoas, temperaturas	Forma, material de embalagem
Automóvel	Cilindrada, número de lugares, habitáculo, ABS	Velocidade de ponta, consumo médio, distância de travagem	Carroçaria, tabliê, tecido dos assentos
Seguro de vida	Taxas, modalidade de reforma	Taxa de capitalização durante determinado período	Boletim de subscrição, folhetos, apólice
???	???	???	???

O PRODUTO

AS CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS AO PRODUTO

Qualidade do produto

Pergunta chave: [A performance corresponde à expectativa do cliente?](#)

Duas principais formas de controlo

- Controlos de qualidade (fator interno)
- Inquéritos de satisfação (fator externo)

O PRODUTO

AS CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS AO PRODUTO

A vantagem do produto

Perguntas chave:

- Corresponde à expectativa dos clientes?
- É facilmente perceptível pelos clientes?
- Provoca um grande aumento de preço em relação à concorrência?
- É facilmente copiado por concorrentes?



O PRODUTO

AS CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS AO PRODUTO

A vantagem do produto – Testes do produto

Blind test (Teste cego)

Teste produto (Produtos inovadores)

Ensaio instantâneo



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

A política de design

Cinco critérios para avaliar um bom design

1. **Funcionalidade (utilidade) e ergonomia (facilidade de utilização, segurança, etc).**
2. **Eficiência: a concepção do produto deve ser permitir otimizar a produção**
 3. **Adaptação ao uso social**
 4. **Atratividade e aparência**
5. **Valorização ou reforço da identidade da marca ou do produto**



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

A política de design

Exemplo de um bom design!

Esta embalagem respeita os cinco critérios para um bom design? Porquê?

4 RECEITAS

- Frango com alecrim, mel e limão
- Caril de frango
- Carne de vaca com ervas do mediterrâneo
- Carne de porco com maçã e ervas aromáticas



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Embalagem: **Definição** e componentes

Conjunto de elementos materiais que, sem fazer parte do próprio produto, são vendidos com ele, com o fim de permitir ou facilitar a sua **proteção**, o **transporte**, a **armazenagem**, a **apresentação**, a sua **identificação** e **utilização** pelos consumidores



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Embalagem: Definição e **componentes**

-Os três níveis de embalagem

-A conceção da embalagem e a sua decoração

-Código de cores



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Embalagem: Definição e **componentes**

Os três níveis de embalagem

- Embalagem primária: Contém cada unidade de consumo
- Embalagem secundária: Engloba várias unidades de consumo
- Embalagem terciária: Permite o transporte de várias embalagens secundárias



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Embalagem: Definição e **componentes**

A conceção da embalagem e a sua decoração

Conceção

Materiais utilizados: plástico, vidro, cartão, metal, etc..

Embalagem unitária ou de agrupamento

Sistema de fecho: tampa fixa, rolha de cortiça, cápsula plástica, etc..



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Embalagem: Definição e componentes

A concepção da embalagem e a sua decoração

Decoração

Tem incidência no aspeto, mas não nas características intrínsecas do produto

- Grafismo: Desenhos, fotografias, etc
 - As cores utilizadas
- A colocação e disposição dos textos
 - (...)



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Embalagem: Definição e componentes

Código de cores nos países ocidentais

Cor	Associações positivas	Associações Negativas
VERMELHO	Paixão, dinamismo, revolucionário	Guerra, sangue, fogo, morte, demónio
LARANJA	Energia, atividade, generosidade, convívio, ambição	Não tem. Todavia, pode parecer barato
AMARELO	Sol, verão, luz celeste, inteligência, ciência, ação, realeza	O amarelo baço exprime covardia, traição, duvida
VERDE	Vegetal, natureza, primavera, vida, esperança, fertilidade, segurança, satisfação, repouso	O verde azulado é gelado, agressivo e violento O verde acinzentado é doentio
AZUL	Espiritualidade, fé, sobrenatural, justiça, racionalidade, seriedade, tranquilidade, limpeza, higiene	Secreto, penumbra
VIOLETA	Nobreza, realeza, poder, misticismo	Inconsciente, mistério, opressão, superstição, decadência
PRETO	Luxo, distinção, rigor, dimensão artística	Morte, desespero, desconhecido
BRANCO	Inocência, pureza, virgindade, perfeição, verdade, sabedoria	Vazio, silêncio, inatingível

O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Embalagem: Definição e componentes

Código de cores na China

Exemplo de implementação prática do estudo das cores

- **Símbolos** – Ver como a cultura chinesa interpreta os símbolos, números e cores usados pela h3 e o efeito que isto pode ter na população, analisando também se tem de ser feita alguma alteração, dependendo isto da conotação que possuem;

Para esta cultura, as cores e números têm significados diferentes dos da cultura ocidental. O número “3” é considerado um presságio de sorte e está associado ao conceito de vida, marcando o número de fases importantes na vida de uma pessoa (nascimento, casamento e morte). A cor azul é associada à cura, ao balanço espiritual, harmonia e imortalidade e a cor branca é um símbolo do desconhecido e da pureza, no entanto é também associado à morte, sendo esta a cor usada em funerais. Apesar disso, é uma cor popular usada em vários bens-materiais. Deve-se proceder de forma cautelosa com o uso de branco mediante a região e o ambiente em que nos encontramos.



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

As funções da embalagem

Funções técnicas

- **Proteção e conservação**
- **Comodidade de utilização**
- **Facilidade de transporte, armazenagem, arrumação e eliminação**
 - **Proteção do ambiente**



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

As funções da embalagem

Funções de comunicação

- Impacto visual
- Reconhecimento
- Identificação
- Expressão do posicionamento
- Impulso à compra



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Teste de embalagem

- Permitem medir o grau em que esta responde às diferentes funções que se pretende que assuma
- Consideram-se 4 tipos de testes



O PRODUTO

A POLÍTICA DE DESIGN E A EMBALAGEM

Teste de embalagem

4 tipos de testes:

- Testes de impacto visual, reconhecimento e de identificação
 - Look-tests
 - Testes às funções técnicas
 - Compras simuladas em linear



O PRODUTO

OS SERVIÇOS ASSOCIADOS AO PRODUTO

Objetivo: Complementar o produto principal.

- Preparação da compra
- Compra/Transação
- Pós-venda



O PRODUTO

OS SERVIÇOS ASSOCIADOS AO PRODUTO

Etapa	Tipo de Serviço
Preparação da compra	Acolhimento: A forma como o cliente é recebido e tratado influencia a sua perceção de qualidade do produto
	Comodidade: Existência de parques de estacionamento, zona de refeições, etc
	Informação: Sobre os produtos oferecidos: manuais de instrução, instruções de embalagem, folhetos, website
	Aconselhamento: Diálogo pessoal, sobretudo no sector B2B é um elemento fundamental
	Tratamento de casos particulares: sobre pedidos de informação especiais, resolução de problemas específicos

O PRODUTO

OS SERVIÇOS ASSOCIADOS AO PRODUTO

Etapa	Tipo de Serviço
Compra/Transação	Encomenda e reserva
	Modos de faturação
	Tipos de pagamento

O PRODUTO

OS SERVIÇOS ASSOCIADOS AO PRODUTO

Etapa	Tipo de Serviço
Pós-venda	Segurança: É importante confortar o cliente em relação à sua escolha e reduzir o stress pós-compra, sobretudo no que diz respeito a compras refletidas.
	Entrega ao domicilio/instalação/formatação: A instalação e a formação são muito importantes no mercado B2B.
	Garantia de manutenção e reparação
	Tratamento de reclamações: Grande influência nos produtos de elevado valor.
	Programas de fidelização: Podem fazer parte da oferta, por exemplo, os clubes, os cartões, pontos, etc.

O PRODUTO

OS SERVIÇOS ASSOCIADOS AO PRODUTO

Etapas a seguir na definição da política de serviços:

- Determinar os serviços associados
- Avaliar a capacidade da empresa para suportar os cursos
- Definir os serviços incluídos no produto e os opcionais
- Estabelecer procedimentos internos ou parcerias com empresas externas para assegurar os serviços

O PRODUTO

OS PRODUTOS DIGITAIS

- **Produtos de informação numérica/digital:** documentos escritos, multimédia, informáticos, suportes de acesso e de identificação, etc.
- **Serviços associados digitais:** Integram todos os serviços que não requerem presença física e que possam ser efetuados via internet (encomendas, reservas, pagamentos, etc)



O PRODUTO

OS PRODUTOS DIGITAIS

Quatro potenciais características de um produto digital

- Substituição
- Automatização
- Valorização
- Diferenciação ou inovação



O PRODUTO

O CICLO DE VIDA DE UM PRODUTO

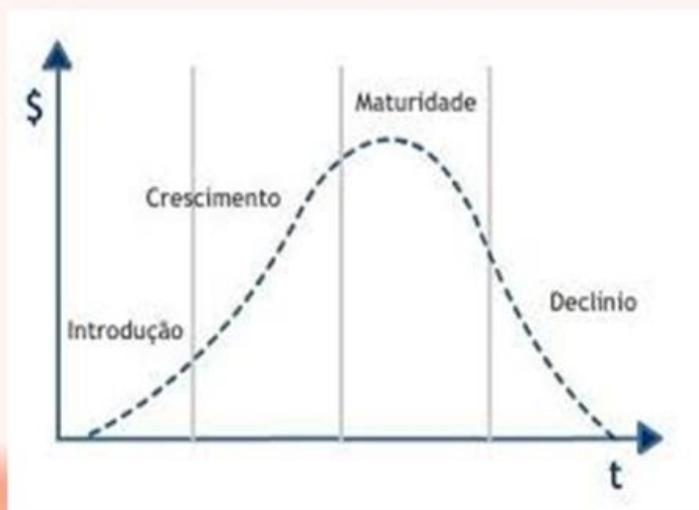
É caracterizada por quatro fases diferentes

- Lançamento/introdução
- Desenvolvimento/Crescimento
- Maturidade
- Declínio



O PRODUTO

O CICLO DE VIDA DE UM PRODUTO



O PRODUTO

O CICLO DE VIDA DE UM PRODUTO

Situação de vários mercados no início do século XXI

Fase	Produtos
Lançamento	CD Video / Leitor MP3 / Web TV / Livros eletrônicos / etc
Desenvolvimento	CD / Leitores DVD / Internet / Telemóveis / etc
Maturidade	Automóvel / TV / Telefone / etc
Declínio	Máquinas de costura / Cinema (na maior parte dos países) / etc

O PRODUTO

O CICLO DE VIDA DE UM PRODUTO

Fatores chave de sucesso para cada ciclo de vida

- **Lançamento:** O fator decisivo é a competência tecnológica
- **Desenvolvimento:** Bons circuitos de distribuição, atendimento ao cliente e dar a conhecer a marca
- **Maturidade:** Produção de encontro à procura, mantendo a qualidade a custos reduzidos
- **Declínio:** É o controlo de custos que permite assegurar a rendibilidade da empresa

O PRODUTO

A POLITICA DE GAMA

Existem três grandes tipos de gamas

- **Baixa gama**
- **Gama média**
- **Topo de gama / luxo**



O PRODUTO

A POLITICA DE GAMA

Características de produtos de baixa gama

- **Produção em massa**
- **Política de redução de custos de marketing**
- **Facilitar a entrada na gama e valorizar a gama média**



O PRODUTO

A POLITICA DE GAMA

Características de produtos de **gama média**

- Preços apelativos para a sofisticação do produto
- É uma gama complicada de gerir porque o comprador se realmente deseja um produto de boa qualidade opta por produtos topo de gama, caso contrario opta por produtos de gama baixa



O PRODUTO

A POLITICA DE GAMA

Características de produtos de **gama alta / luxo**

- Pertencem a mercados internacionais e pratica-se o marketing global
- Imagem determinante: grande qualidade, grande know-how, uma criação excepcional
- A comunicação assenta maioritariamente nas relações públicas e na comunicação em eventos



O PRODUTO

A INOVAÇÃO E O LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS

A importância da Inovação-produto

- Nos mercados saturados, é o único meio eficaz para relançar a procura de modo significativo
 - Permite recuperar margens.
- É uma arma importante dos produtores na negociação com os distribuidores



O PRODUTO

A INOVAÇÃO E O LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS

A gestão de um projeto de inovação

- O desenvolvimento do projeto
- A avaliação económica e financeira
 - A realização
- O lançamento e o acompanhamento



O PRODUTO

A INOVAÇÃO E O LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS

A atitude dos consumidores face a um produto novo

Tipo de consumidor	Características
Inovadores (2,5%)	Aventureiros, jovens, nível de educação elevado, rendimentos elevados
Adotantes iniciais (13,5%)	Líderes de opinião, bem integrados e ativos socialmente
Maioria inicial (34%)	Menos aventureiros e menos ativos, fazem uma compra mais refletida
Maioria tardia (34%)	Pouco recetivos à inovação, seguem a mudança por obrigação
Retardatários (16%)	Agarrados à tradição, hostis a novas ideias, adotam a inovação quando já está ultrapassada



O PREÇO

Adaptado de: Mercator da língua portuguesa

UFCD 3836
Principais variáveis

Luis Miguel Branco Silveira

O PREÇO

- A política de preço: custos e elasticidade da procura
 - Metodologia para definição do preço



O PREÇO

A POLÍTICA DE PREÇO: CUSTOS E ELASTICIDADE DA PROCURA

Fatores a ter em conta para a elaboração de uma política de preço

Fatores externos	Fatores internos	Sensibilidade dos consumidores ao preço	Importância do mercado	Estratégia dos concorrentes
Fornecedores, distribuidores e fiscalidade	Condições de produção empresa	Segundo os produtos e o momento compra	Cálculo do mercado potencial para um certo nível de preço	Agressividade em matéria de preço
Custos		Procura		Concorrência



O PREÇO

A POLÍTICA DE PREÇO: CUSTOS E ELASTICIDADE DA PROCURA

Determinação do preço a partir do **custo**, da **procura** e da **concorrência**

Custo -> Determinação do preço de custo + uma margem = preço de venda

Procura -> Determinação do preço psicológico – preço de custo = margem

Concorrência -> 1) Preço de referência da concorrência
2) Decisão de ser mais barato, mais caro ou idêntico
3) Qual a margem que efetivamente resta?



O PREÇO

A POLÍTICA DE PREÇO: CUSTOS E ELASTICIDADE DA PROCURA

A elasticidade da procura em relação ao preço

As quantidades procuradas variam em função do preço. Existem variados produtos que reagem de maneira diferente ao aumento dos preços

- Elasticidade negativa
- Elasticidade positiva
- Elasticidade nula



O PREÇO

A POLÍTICA DE PREÇO: CUSTOS E ELASTICIDADE DA PROCURA

A elasticidade da procura em relação ao preço

- Elasticidade negativa

Quer dizer que a procura diminui quando os preços aumentam. Esta relação parece completamente natural, mas no entanto nem sempre acontece assim.

P.e. Quando os produtos sobem, o consumidor pode reagir de outro modo, antecipando novas subidas de preço.



O PREÇO

A POLÍTICA DE PREÇO: CUSTOS E ELASTICIDADE DA PROCURA

A elasticidade da procura em relação ao preço

- Elasticidade positiva

Um aumento do preço conduz a um aumento da procura. Estes casos são excepcionais e explicam-se, por vezes, pela imagem associada ao preço.



O PREÇO

A POLÍTICA DE PREÇO: CUSTOS E ELASTICIDADE DA PROCURA

A elasticidade da procura em relação ao preço

- **Elasticidade nula**

A procura é constante, qualquer que seja o preço (procura inelástica). Os exemplos de uma tal ausência de elasticidade são raros, mas a procura de certos produtos, como os cigarros, a gasolina, o pão ou o sal, é quase inelástica.



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

De uma forma sintética, a definição do preço deverá basear-se em quatro etapas:

- 1) **Formulação e ponderação dos objetivos**
- 2) **Definição da amplitude de preços possíveis**
- 3) **Construção e avaliação de vários cenários dentro do intervalo de preços possíveis**
- 4) **Formulação do preço**



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

▪ **Formulação e ponderação dos objetivos**

É fundamental decidir a que objetivos se pretende que o preço responda. Desta forma importa definir os seguintes critérios:

- Volume (unidades, volume de vendas ou quota)
 - Rendibilidade
 - Imagem (coerente com o posicionamento)
- Gama (maximizar as vendas ou o lucro da gama)



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

▪ **Definição da amplitude de preços possíveis**

Deverá identificar-se o intervalo entre o preço máximo e o preço mínimo aceitáveis, tendo em atenção os custos, a concorrência, a gama, e a aceitação pelos clientes.



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

- **Construção e avaliação de vários cenários dentro do intervalo de preços possíveis**

Para o intervalo de preços determinado, proceder para cada uma deles:

- À previsão de vendas e de quota de mercado



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

- **Formulação do preço**

Por fim deve-se proceder à definição do preço a praticar, podendo haver alguns ajustes em função de outros critérios, como sejam o preço psicológico, a integração de facilidades de crédito, as condições de entrega, etc...



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

Custos fixos, Custos variáveis, ponto crítico

Custos Fixos

Despesas ou Custos fixos são aqueles que não sofrem alteração de valor em caso de aumento ou diminuição da produção. Independem portanto, do nível de atividade, conhecidos também como custo de estrutura.



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

Custos fixos, Custos variáveis, ponto crítico

Custos Variáveis

Classificamos como custos ou despesas variáveis aqueles que variam proporcionalmente de acordo com o nível de produção ou atividades. Seus valores dependem diretamente do volume produzido ou volume de vendas efetivado num determinado período.



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

Custos fixos, Custos variáveis, ponto crítico

Ponto crítico

O Break-Even Point (em português Ponto Crítico de Vendas) representa a quantidade de bens e serviços que uma empresa tem de vender de forma a que o valor total dos proveitos obtidos com as vendas iguala o total de custos (incluindo os custos fixos e os custos variáveis) em que a empresa incorre para produzir e comercializar essa, mesma quantidade



O PREÇO

METODOLOGIA PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO

Custos fixos, Custos variáveis, ponto crítico

Ponto crítico

$$PC Q = CF / (pv - cv)$$

$$PC V = Q \times pv$$



O PREÇO

A REGULAMENTAÇÃO DOS PREÇOS

Exercício

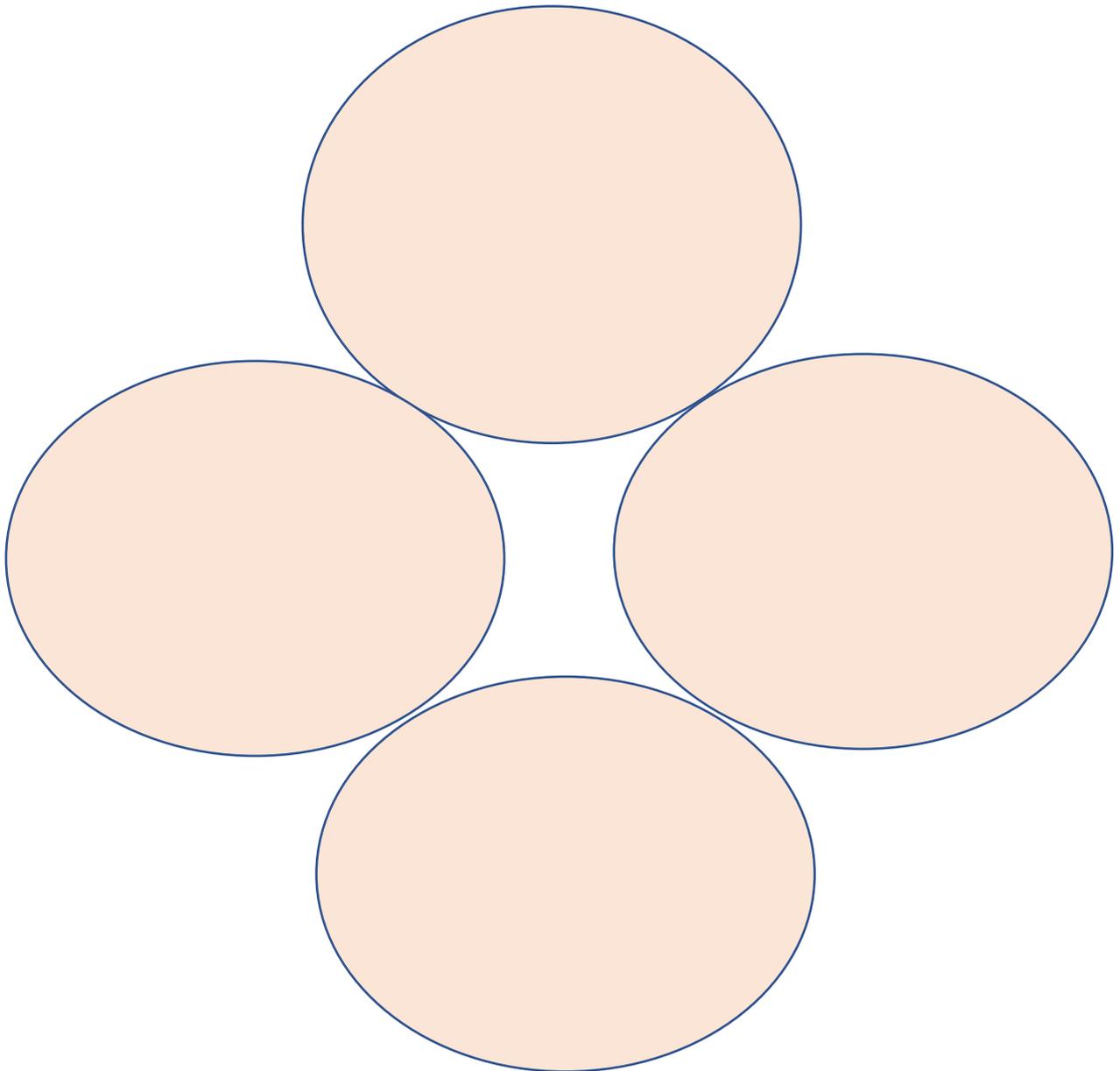
- 1) Escolhe um produto (um produto fácil. Ex: pão, leite, iogurte, queijo, etc)
- 2) Identifica os custos fixos que uma empresa tem que suportar para poder produzir esse produto.
- 3) Identifica os custos variáveis unitários que uma empresa tem que suportar para poder produzir esse produto.
- 4) Define um preço de venda unitário.
- 5) Calcula o ponto crítico das vendas.



IV. O Esquema do P

O esquema do P

Organizem as frases da vossa marca em 4 conjuntos (cada conjunto representa um dos P 's) e escrevam em cada um destes círculos os números correspondentes. Depois, atribuem um nome a cada círculo.



A) Danone

As frases que se seguem referem-se à marca “Danone”. Terão de as agrupar em 4 conjuntos diferentes, juntando em cada conjunto as frases que acham que se relacionam.

Em cada círculo do “Esquema do P” escrevam os números das frases que pertencem a esse conjunto.

1. Por vezes recomendamos o preço de venda ao público.
2. Vendemos aos supermercados, que por sua vez vendem aos clientes.
3. Apesar de encontrar os nossos iogurtes em todos os supermercados, só em alguns cafés é que os vendemos.
4. O *design* da embalagem foi definido para facilitar o consumo dos iogurtes.
5. Foi desenvolvida uma linha de iogurtes de vários sabores.
6. Os nossos produtos são de boa qualidade, por isso um pouco mais caros que os outros.
7. Às vezes são vendidos 4 iogurtes pelo preço de 3.
8. Temos que identificar bem o custo de produção para saber qual o preço que temos de praticar.
9. Em alguns supermercados colocamos colaboradores para dar a conhecer o produto.
10. Pagamos aos supermercados para colocarem os nossos produtos em destaque.
11. Os iogurtes da Danone são os mais cremosos.
12. A Danone só fabrica e vende iogurtes.
13. Patrocinamos atletas para consumirem os nossos iogurtes.
14. As embalagens são agrupadas para facilitar o transporte.
15. O nosso armazém tem capacidade para 10 camiões de iogurtes.
16. Escolhemos figuras públicas para participar nos nossos anúncios, como a apresentadora Júlia Pinheiro (Activia), o ex-atleta Carlos Lopes (Danacol) e a atriz Ana Varela (Grego).

B) Coca-Cola

As frases que se seguem referem-se à marca “Coca-Cola”. Terão de as agrupar em 4 conjuntos diferentes, juntando em cada conjunto as frases que acham que se relacionam.

Em cada círculo do “Esquema do P” escrevam os números das frases que pertencem a esse conjunto.

1. Temos diferentes produtos adequados a pessoas que não podem beber bebidas com açúcar ou pessoas que estão preocupadas com a linha.
2. As embalagens são agrupadas para facilitar o transporte.
3. Fazemos distribuição em todos os países.
4. Patrocinamos grandes equipas de futebol, como o Benfica.
5. Às vezes fazemos promoções em que se pode comprar os nossos produtos a preços diversificados.
6. O nosso preço é para pagar a qualidade do nosso produto.
7. Por vezes recomendamos o preço de venda ao público.
8. Temos que identificar bem o custo de produção para saber qual o preço que temos de praticar.
9. A Coca-Cola tem mais sabor que as outras colas.
10. Não precisamos de figuras públicas nos nossos anúncios, porque a nossa marca vale por si só.
11. As embalagens da Coca-Cola são variadas e diferentes para serem do agrado de todos os clientes e bebidas em todos os locais e situações.
12. Quando temos um novo produto damos-lo a experimentar em locais muito movimentados.
13. Pode encontrar o nosso produto nos mais variados sítios: restaurantes, cafés, bares, discotecas, quiosques, estádios de futebol.
14. Apoiamos grandes eventos mundiais para destacar os nossos produtos.
15. A Coca-Cola pode ser encontrada em lata, em garrafas grandes e pequenas, de vidro e plástico.
16. Vendemos aos supermercados, cafés, restaurantes e outros sítios que, por sua vez, vendem aos seus clientes.

C) Zara

As frases que se seguem referem-se à marca “Zara”. Terão de as agrupar em 4 conjuntos diferentes, juntando em cada conjunto as frases que acham que se relacionam.

Em cada círculo do “Esquema do P” escrevam os números das frases que pertencem a esse conjunto.

1. A Zara faz promoções em épocas estipuladas por lei.
2. A Zara tem produtos com grande abrangência e implementação no mercado.
3. A Zara tem produtos com preço apelativo.
4. É uma grande multinacional com enorme diversidade de produtos na área do vestuário.
5. A cadeia Zara tem os mesmos preços em todas as lojas do país.
6. Temos algumas lojas onde vendemos os *stocks* excedentes a preços mais baixos (*outlet*).
7. Temos que identificar bem o custo de produção das nossas roupas para saber qual o preço que temos que praticar.
8. Temos vestuário atual e na moda, com um *design* interessante e atrativo.
9. A marca abre lojas em sítios estratégicos (como cidades e centros comerciais).
10. A Zara, não gastando dinheiro em publicidade, consegue colocar produtos no mercado com preços mais apelativos.
11. A Zara é uma marca que não faz publicidade.
12. Só é possível adquirir os nossos produtos nas nossas lojas.
13. A Zara está presente em todos os centros urbanos.
14. A Zara tem produtos adequados a uma grande diversidade de públicos-alvo.
15. Podemos adquirir produtos da Zara em diferentes países do mundo.
16. Nas nossas fábricas produzimos diariamente grandes quantidades de produtos diferentes que depois são vendidos nas nossas lojas.

D) McDonalds

As frases que se seguem referem-se à marca “McDonalds”. Terão de as agrupar em 4 conjuntos diferentes, juntando em cada conjunto as frases que acham que se relacionam.

Em cada círculo do “Esquema do P” escrevam os números das frases que pertencem a esse conjunto.

1. Mantemos uma boa relação qualidade/preço.
2. Para satisfazer os gostos e necessidades de todos os clientes estamos sempre a lançar novos produtos (hambúrgueres, sopas, sobremesas, saladas, ...).
3. Temos que identificar bem o custo de produção para saber qual o preço que temos de praticar.
4. Temos embalagens com uma imagem adequada e personalizada para cada produto.
5. Os nossos preços variam consoantes o país onde se situa o nosso estabelecimento, mas dentro do mesmo país os preços são iguais em todos os estabelecimentos.
6. Às vezes distribuímos vales de desconto para que as clientes adquiram os produtos a preços especiais.
7. As pessoas podem comer no nosso restaurante ou levar para casa.
8. Por vezes, na compra de alguns menus, oferecemos copos ou outros brindes.
9. Os nossos produtos são sujeitos a um rigoroso controlo de qualidade.
10. Só pode comprar os nossos produtos nos estabelecimentos próprios.
11. No McDonalds temos refeições diversificadas (pode-se tomar o pequeno-almoço, lanche, almoçar e jantar).
12. Patrocinamos eventos importantes.
13. Temos uma imagem muito positiva junto das crianças, com o Ronald e os brindes do Happy Meal.
14. Em diferentes pontos do mundo encontra estabelecimentos McDonalds.
15. Inventamos novos produtos que depois todas as nossas lojas vendem.
16. Apoiamos grandes causas e por isso temos uma fundação chamada Ronald McDonald.

E) Nike

As frases que se seguem referem-se à marca “Nike”. Terão de as agrupar em 4 conjuntos diferentes, juntando em cada conjunto as frases que acham que se relacionam.

Em cada círculo do “Esquema do P” escrevam os números das frases que pertencem a esse conjunto.

1. Pode adquirir os nossos produtos através do nosso site na Internet.
2. Às vezes fazemos promoções em que pode comprar os nossos produtos com preços diversificados.
3. Somos uma marca em desenvolvimento.
4. Temos diferentes produtos para todos os gostos, diferentes desportos e necessidades dos clientes.
5. Para além de termos lojas próprias só da nossa marca, também vendemos os nossos produtos a diferentes lojas de artigos de desporto e a algumas sapatarias.
6. O nosso preço é para pagar a qualidade do nosso produto.
7. Organizamos alguns campeonatos desportivos, nomeadamente futebol.
8. Temos que identificar bem o custo de produção para saber qual o preço que temos de praticar.
9. Nas nossas fábricas produzimos diariamente grandes quantidades de produtos diversificados, que depois são vendidos nas nossas lojas ou em representantes da nossa marca.
10. Temos um *slogan* que nos caracteriza.
11. Temos artigos desportivos variados.
12. Os nossos produtos são de boa qualidade, por isso um pouco mais caros que os outros.
13. Nos nossos anúncios colocamos grandes personalidades do mundo desportivo, tal como o Cristiano Ronaldo.
14. Apoiamos grandes eventos mundiais para destacar os nossos produtos.
15. Temos um logotipo que é conhecido por todas as pessoas.
16. Em diferentes pontos do mundo pode encontrar produtos Nike.

V. Ficha Formativa n.º 1

Ficha formativa n.º 1

O Produto

1) Escolhe um produto à tua escolha.

1.1) Qual foi o produto?

2) Depois de efetuada a tua escolha, responde às seguintes questões:

2.1) Quais são as características intrínsecas ao produto?

2.2) Para o produto em questão, existe embalagem primária, secundária e terciária? Qual? Quais as características?

2.3) O produto tem qualidade? Porquê?

2.4) Ao nível do design do produto, o mesmo respeita os cinco critérios de um bom design?

2.5) Qual o material utilizado na conceção da embalagem?

2.6) As cores do produto, estão adequadas, na tua opinião? Porquê?

2.7) Se fosses o responsável do marketing relacionado com o lançamento deste produto, terias feito alguma alteração na conceção do mesmo?

VI. Ficha Formativa n.º 2

Ficha formativa n.º 2

O Produto

1) Escolhe um produto à tua escolha.

1.1) Qual foi o produto?

2) Depois de efetuada a tua escolha, responde às seguintes questões:

2.1) Quais são as características intrínsecas ao produto?

2.2) Para o produto em questão, existe embalagem primária, secundária e terciária? Qual? Quais as características?

2.3) O produto tem qualidade? Porquê?

2.4) Ao nível do design do produto, o mesmo respeita os cinco critérios de um bom design? Quais?

2.5) Qual o material utilizado na conceção da embalagem?

2.6) As cores do produto, estão adequadas, na tua opinião? Porquê?

2.7) Se fosses o responsável do marketing relacionado com o lançamento deste produto, terias feito alguma alteração na conceção do mesmo? Porquê?

2.8) Existem serviços associados ao produto? Em que fase se enquadram esses serviços?

2.9) Em que fase do ciclo de vida do produto, consideras que esse produto se encontra? Porquê?

2.10) O produto escolhido enquadra-se em que tipo de gama? Porquê?

3) Com base no produto escolhido, pensa em grupo, em alguma inovação possível de se realizar no mesmo. Se nada te ocorrer, podes escolher qualquer outro produto/serviço à tua escolha (inexistente) que consideres que seria inovador.

VII. Guião para o Trabalho de Grupo

Guião para trabalho de grupo

Tópicos a explorar na realização do trabalho:

- Escolha de um produto/serviço: Já existente, inovador, etc.;
- Elaboração do Marketing Mix sobre o mesmo (Produto, Preço, Distribuição, Comunicação)
- Desenvolver o tópico *produto*, de uma forma mais detalhada e aprofundada;
- Calcular os custos fixos, os custos variáveis e o ponto crítico das vendas, imaginando que a empresa já estaria ativa, no decorrer de um mês.

Objetivos para este trabalho de grupo:

1. Pesquisar, elaborar e conceber os diferentes tópicos do trabalho;
2. Partilhar em grupo, ideias e conhecimentos, com o objetivo de chegarem a uma conclusão sobre cada tópico;
3. Apresentar à turma o resultado do trabalho.

Descrição de cada um dos objetivos:

1. Nesta primeira fase, será necessário rever a matéria já lecionada sobre os diferentes tópicos, aperfeiçoando os vossos conhecimentos, permitindo assim que cada um dos diferentes pontos seja abordada de uma forma pertinente e que os vossos conhecimentos possam ser consolidados. Podem também realizar pesquisas que considerem adequadas;
2. Neste ponto, a partilha de conhecimentos é essencial, pois permitirá que, em grupo, possam tirar as melhores conclusões. Todos sabemos que por vezes as opiniões divergem, no entanto, com diálogo, comunicação e partilha, um melhor resultado poderá ser obtido.
3. Aqui, é-vos pedido que, em grupo preparem uma apresentação para a apresentar à turma. Nesta apresentação, vão-se apresentar como fundadores do produto/serviço estando a precisar de um empréstimo para que possam implementar o produto no mercado. A turma serão os investidores e vocês, em cenário hipotético, terão que os convencer a investir.

A apresentação pode ser realizada no formato que acharem mais pertinente e podem utilizar vários suportes.

Sugestões: PowerPoint; Prezi; Site; Popplet; etc.



VIII. Critérios de Avaliação do Trabalho de Grupo



Critérios de avaliação do trabalho de grupo
Turma:



Cotação	Parametro de avaliação	Grupo1	Grupo2	Grupo3	Grupo4	Grupo5
10%	Escolha do produto					
20%	Elaboração do marketing mix:					
5%	>Produto					
5%	>Preço					
5%	>Distribuição					
5%	>Comunicação					
25%	Produto (características, embalagem, etc)					
25%	Custos fixos, custos variáveis, ponto crítico					
10%	Apresentação:					
5%	>Recursos utilizados					
5%	>Qualidade da apresentação					
10%	Fator de diferenciação*					
	Total	0	0	0	0	0

IX. Inquérito por Questionário

Inquérito por questionário – Como avalio o trabalho de grupo e o desenvolvimento das minhas competências

Este questionário pretende avaliar o contributo da metodologia de trabalho de grupo como elemento potenciador do desenvolvimento de competências.

O questionário divide-se em três grupos:

Grupo I (3 questões 1/2/3) - Interpretação do guião;

Grupo II - (5 questões 4/5/6/7/8) Implementação e desenvolvimento do trabalho de grupo;

Grupo III - (2 questões 9/10) Desenvolvimento de competências.

Escolhe em cada questão, assinalando com X, o número mais adequado. O número 1 representa o valor mais negativo (pouco), enquanto que o número 5 representa o valor mais positivo (muito).

1. O guião é de fácil interpretação.

1 2 3 4 5

2. Os objetivos do trabalho de grupo estão explícitos no guião.

1 2 3 4 5

3. Todas as etapas do trabalho de grupo são de fácil interpretação na leitura do guião.

1 2 3 4 5

4. A escolha dos grupos foi adequada.

1 2 3 4 5

5. Os grupos tinham o número de elementos certo.

1 2 3 4 5

6. O prazo para elaboração do trabalho foi adequado.

1 2 3 4 5

7. Ao longo do trabalho, quando surgiam dúvidas, as mesmas eram esclarecidas.

1 2 3 4 5

8. Os materiais disponíveis, eram adequados à realização do trabalho.

1 2 3 4 5

9. Ao longo do trabalho de grupo, o mesmo permitiu-me desenvolver as seguintes competências.

Categoria de competências	1 Pouco	2	3	4	5 Muito
9.1 - Linguagem e textos					
9.2 - Informação e comunicação					
9.3 - Raciocínio e resolução de problemas					
9.4 - Pensamento crítico e pensamento criativo					
9.5 - Relacionamento interpessoal					
9.6 - Desenvolvimento pessoal e autonomia					
9.7 - Bem-estar e saúde					
9.8 Sensibilidade estética e artística					
9.9 - Saber técnico e tecnológico					
9.10 -Consciência e domínio do corpo					

10. O trabalho de grupo é uma metodologia de ensino que permite, no geral, desenvolver as minhas competências enquanto aluno e cidadão do mundo.

1 2 3 4 5

Obrigado pela tua colaboração!

Quadro auxiliar para resposta à questão 9.

Descritivo de cada categoria de competências

Categoria	Competências esperadas nos alunos
Linguagem e textos	<ul style="list-style-type: none">-Utilizar de modo proficiente diferentes linguagens simbólicas associadas às línguas (língua materna e línguas estrangeiras), à literatura, à música, às artes, às tecnologias, à matemática e à ciência;-Aplicar estas linguagens de modo adequado aos diferentes contextos de comunicação, em ambientes analógico e digital;-Dominar capacidades nucleares de compreensão e de expressão nas modalidades oral, escrita, visual e multimodal.
Informação e comunicação	<ul style="list-style-type: none">-Utilizar e dominar instrumentos diversificados para pesquisar, descrever, avaliar, validar e mobilizar informação de forma crítica e autônoma, verificando diferentes fontes documentais e a sua credibilidade;-Transformar a informação em conhecimento;-Comunicar e colaborar de forma adequada e segura, utilizando diferentes tipos de ferramentas (analógicas e digitais), seguindo as regras de conduta próprias de cada ambiente.
Raciocínio e resolução de problemas	<ul style="list-style-type: none">-Planejar e conduzir pesquisas;-Gerir projetos e tomar decisões para resolver problemas;-Desenvolver processos conducentes à construção de produtos e de conhecimento, usando recursos diversificados.
Pensamento crítico e pensamento criativo	<ul style="list-style-type: none">-Pensar de modo abrangente e em profundidade, de forma lógica, observando, analisando informação, experiências ou ideias, argumentando com recurso a critérios implícitos ou explícitos, com vista à tomada de posição fundamentada;-Convocar diferentes conhecimentos, utilizando diferentes metodologias e ferramentas para pensarem criticamente;-Prever e avaliar o impacto das suas decisões;-Desenvolver novas ideias e soluções, de forma imaginativa e inovadora, como resultado da interação com outros ou da reflexão pessoal, aplicando-as a diferentes contextos e áreas de aprendizagem.
Relacionamento interpessoal	<ul style="list-style-type: none">-Adequar comportamentos em contextos de cooperação, partilha, colaboração e competição;-Trabalhar em equipa e usar diferentes meios para comunicar e trabalhar presencialmente e em rede;-Ouvir, interagir, argumentar, negociar e aceitar diferentes pontos de vista, ganhando novas formas de estar, olhar e participar na sociedade.
Desenvolvimento pessoal e autonomia	<ul style="list-style-type: none">-Identificar áreas de interesse e de necessidade de aquisição de novas competências;-Consolidar e aprofundar as que já possuem, numa perspetiva de aprendizagem ao longo da vida;-Estabelecer objetivos, traçar planos e projetos e serem autônomos na sua concretização.

<p>Bem-estar e saúde</p>	<p>-Adotar comportamentos que promovem a saúde e o bem-estar, designadamente nos hábitos quotidianos, na alimentação, na prática de exercício físico, na sexualidade e nas suas relações com o ambiente e a sociedade;</p> <p>-Manifestar consciência e responsabilidade ambiental e social, trabalhando colaborativamente para o bem comum, com vista à construção de um futuro sustentável.</p>
<p>Sensibilidade estética e artística</p>	<p>-Apreciar criticamente as realidades artísticas e tecnológicas, pelo contacto com os diferentes universos culturais;</p> <p>-Entender a importância da integração das várias formas de arte nas comunidades e na cultura;</p> <p>-Compreender os processos próprios à experimentação, à improvisação e à criação nas diferentes artes, tanto em relação ao património cultural material e imaterial, como à criação contemporânea.</p>
<p>Saber técnico e tecnológico</p>	<p>-Manipular e manusear materiais e instrumentos diversificados para controlar, utilizar, transformar, imaginar e criar produtos e sistemas;</p> <p>-Executar operações técnicas, segundo uma metodologia de trabalho adequada, para atingir um objetivo ou chegar a uma decisão ou conclusão fundamentada, adequando os meios materiais e técnicos à ideia ou intenção expressa;</p> <p>-Adequar a ação de transformação e criação de produtos aos diferentes contextos naturais, tecnológicos e socioculturais, em atividades experimentais e aplicações práticas em projetos desenvolvidos em ambientes físicos e digitais.</p>
<p>Consciência e domínio do corpo</p>	<p>-Ter consciência do seu próprio corpo;</p> <p>-Ajustar o tipo de comportamento motor a adotar, face à ação desejada;</p> <p>-Controlar e dominar o corpo segundo a natureza da atividade e os contextos em que ocorrem.</p>