



IPL

**escola superior de turismo
e tecnologia do mar**

instituto politécnico de leiria

***A IMPORTÂNCIA E A PRÁTICA DA FORMAÇÃO PROFISSIONAL NA
PERFORMANCE TÉCNICA DOS FORMANDOS NO TECIDO
EMPRESARIAL***

Vasco Ribeiro Santos

2012



IPL

**escola superior de turismo
e tecnologia do mar**
instituto politécnico de leiria

***A IMPORTÂNCIA E A PRÁTICA DA FORMAÇÃO PROFISSIONAL NA
PERFORMANCE TÉCNICA DOS FORMANDOS NO TECIDO
EMPRESARIAL***

Vasco Ribeiro Santos

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em Marketing
e Promoção Turística

Relatório de Estágio de Mestrado realizado sob supervisão da **Licenciada Carla Luísa Teodoro Cachola**, Coordenadora da Escola Profissional da Nazaré e orientação do **Doutor Pedro Jorge de Matos Gonçalves**, Professor da Escola Superior de Tecnologia do Mar de Peniche do Instituto Politécnico de Leiria.

2012

A IMPORTÂNCIA E A PRÁTICA DA FORMAÇÃO PROFISSIONAL NA PERFORMANCE TÉCNICA DOS FORMANDOS NO TECIDO EMPRESARIAL

Copyright em nome de Vasco Ribeiro Santos, da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e do Instituto Politécnico de Leiria.

“A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar este relatório de estágio através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor”.

IDENTIFICAÇÃO DO ALUNO

Vasco Ribeiro Santos

(assinatura)

IDENTIFICAÇÃO DO ORIENTADOR

Pedro Jorge de Matos Gonçalves

(assinatura)

IDENTIFICAÇÃO DO SUPERVISOR

Carla Luísa Teodoro Cachola

(assinatura)

AGRADECIMENTOS

" Que privilégio peculiar tem esta pequena agitação do cérebro que chamamos de pensamento."

(David Hume)

Existem três palavras pelas quais se rege a minha vida, e são elas "acreditar", "lutar" e "vencer", que são para mim, a pedra basilar em tudo o que realizo no plano pessoal e profissional.

Antes de mais quero agradecer todo o apoio e força incondicionais, que me foram dados sobretudo pelos meus pais e irmão, um pilar essencial no meu percurso académico desde sempre. É a eles a quem devo aquilo que sou hoje, nomeadamente os valores humanos, espírito de luta e confiança naquilo em que realmente acredito.

Faço aqui um agradecimento especial ao meu orientador, o Professor Doutor Pedro Gonçalves, pela paciência e persistência que teve comigo durante todo este processo, de salientar a motivação, a força e valores constantes que me transmitiu.

Também não poderia deixar de fazer um agradecimento especial à minha supervisora Carla Cachola, ao Diretor Geral e Diretor Pedagógico, Paulo Sousa e Mário Vidal, e ao Doutor Miguel Sousinha, respetivamente, que graciosamente me deram a oportunidade de realizar, na prática, o estágio nesta instituição de formação, bem como o apoio e ajuda preciosos ao longo de todo o estágio.

Em especial à minha namorada e a todos os meus colegas de trabalho e amigos, com os quais tive o prazer de partilhar experiências e conhecimentos que me ajudaram a evoluir enquanto pessoa e profissional.

Por fim, agradeço ainda a todos os meus ex-professores pela transmissão de know-how nas diversas áreas nas quais são especializados, que acreditaram e valorizaram a minha performance durante o meu percurso académico.

Peniche, junho de 2012

Vasco Santos

RESUMO

O presente relatório de estágio insere-se na importância, emergência e na diferenciação que a formação profissional assume em Portugal, designadamente na Escola Profissional da Nazaré (EPNazaré), no que concerne ao seu carácter funcional e também à sua extrema importância atualmente, aliado à prática da formação profissional, analisando a performance técnica dos formandos no tecido empresarial.

Procurou-se apresentar teorias de especialistas da área, no sentido de elaborar a contextualização da evolução histórica do ensino, nesta modalidade em que se insere a componente técnica e profissional, característica ímpar do ensino profissional.

A prática do estágio compreendeu um conjunto de tarefas inerentes à lecionação da formação profissional, destacando-se a elaboração das planificações e cronogramas, indissociáveis à preparação da formação, quer ainda à administração da formação propriamente dita, salientando-se efetivamente, as atividades de natureza pedagógica e prática no contexto da formação, concretamente na área do marketing e do turismo e a não menos importante, orientação de estágios.

Foi privilegiado o inquérito por questionário, a fim de ser aferido o desempenho prestado ao longo do estágio, por forma a saber qual a opinião dos alunos quando confrontados com a qualidade, rigor e exigência por parte do formador estagiário.

Com este estudo pretendeu-se analisar todos os elementos que direta e indiretamente interagem com a prática da formação profissional nos cursos profissionais de nível secundário, designadamente nos cursos técnicos de organização de eventos, curso técnico de turismo e ainda, no curso técnico de comunicação: marketing, relações públicas e publicidade, bem como o know-how evidenciado na formação em contexto de trabalho/estágio, e a conseqüente preparação para o ingresso no mercado de trabalho.

Avultou-se o facto de que tanto os alunos como os docentes, terem consciência que o ensino profissional pela sua essência, prepara os alunos para que se tornem trabalhadores ativos e especializados numa determinada área.

Palavras-chave: Ensino Profissional, Escolas Profissionais, Formação, Alunos

ABSTRACT

The present report of period of training is inserted in the importance and in the differentiation that professional training assumes in Portugal, precisely in EPN in what concerns its functional character with its vocational training, analysing the technical performance of the students in the entrepreneurs.

It is intended to present general experts theories in the field so as to give the context of the historical evolution of the professional education, especially in what concerns the technical component, which is the main characteristic of this type of education.

The Training had several inherent tasks, as making general and lesson plans, schedules and teaching. Besides this, it is also important to highlight all the pedagogical and practical activities in the context of the practice of teaching, namely in the marketing and tourism fields, and also the trainee guiding.

To understand the performance along the trainee, it was made a survey, by using a questionnaire, so as to know the students opinion when confronted with the trainee's quality, demand and rigorousness.

With this study it was also intended to analyse all the elements that interact directly or indirectly with the practice of professional teaching in the classes of events organization, tourism technician and marketing and public relations, as well as, the know-how shown in the students training and their consequent lead up to incorporate the work market.

It was emphasised the fact that, both the students and the teachers, are aware that the vocational education, because of its essence, prepares the students to become active and specialized workers in one field.

Key words: Professional teaching, Professional Schools, Instructor, Students

ÍNDICE DE MATÉRIAS

Copyright	ii
AGRADECIMENTOS.....	v
RESUMO.....	vii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE DE MATÉRIAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE TABELAS.....	xv
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	xvii
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	1
1.1. ENQUADRAMENTO.....	1
1.2. OBJETIVOS DO ESTÁGIO.....	2
1.3. ESTRUTURA DO RELATÓRIO	3
CAPÍTULO II – REVISÃO DA LITERATURA	5
2.1. INTRODUÇÃO	5
2.2. A GÊNESE DO ENSINO PROFISSIONAL.....	5
2.3. A CRIAÇÃO ESCOLAS PROFISSIONAIS E TRANSIÇÃO ESCOLA - TRABALHO....	6
CAPÍTULO III – ESCOLA PROFISSIONAL DA NAZARÉ.....	17
3.1. DESCRIÇÃO DA ESCOLA PROFISSIONAL DA NAZARÉ.....	17
3.2. OBJETIVOS DA EPNAZARÉ	20
3.3. OFERTA FORMATIVA DA EPNAZARÉ	21
3.4. COLABORADORES QUE ATUAM NA EPNAZARÉ.....	22
CAPÍTULO IV – DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES EXERCIDAS.....	25
4.1. CARACTERIZAÇÃO DA ESTRUTURA DA EPNAZARÉ E VANTAGENS COMPETITIVAS	25
4.2. COMPONENTE PEDAGÓGICA	27
4.2.1. Cursos e Módulos lecionados	29
4.3. REALIZAÇÃO DO PLANO INDIVIDUAL DE TRABALHO	54
4.4. REALIZAÇÃO DE CRONOGRAMAS.....	55
4.5. REALIZAÇÃO DE PLANIFICAÇÕES.....	55
4.6. REALIZAÇÃO DE RELATÓRIOS DE AVALIAÇÃO MENSAL	56
4.7. REUNIÕES DE CONSELHO DE TURMA	57

4.8. ORGANIZAÇÃO E PROMOÇÃO DE ATIVIDADES PEDAGÓGICAS E SESSÕES TÉCNICAS.....	57
4.9. ORIENTAÇÃO DE ESTÁGIOS.....	59
4.10. MÉTODO DE AVALIAÇÃO	62
4.10.1. Modelo Inquérito por Questionário	63
4.10.2. Avaliação Trimestral de Disciplina/Docente.....	64
4.10.3. Análise de Resultados.....	76
CAPÍTULO V – CONCLUSÕES, REFLEXÃO E LINHAS DE INVESTIGAÇÃO	79
5.1. CONCLUSÕES GERAIS.....	79
5.2. REFLEXÃO.....	81
5.3. PROPOSTAS DE INVESTIGAÇÃO FUTURAS.....	82
REFERÊNCIAS.....	85
APÊNDICES	87
Apêndice I – Cronogramas	89
Apêndice II – Planificações.....	95
Apêndice III – Programação do Evento “EPN Experience”	129
Apêndice IV – Programação do Evento “EPN Responsabilidade Social”	133
ANEXOS	139
Anexo I – Estatutos EPNazaré	141
Anexo II – Regulamento Disciplinar.....	155
Anexo III – Programas.....	167
Anexo IV – Formulário PIT.....	175
Anexo V – Modelo do Relatório de Avaliação Mensal.....	179
Anexo VI – Plano Anual de Atividades 2011/2012.....	183
Anexo VII – Regulamento de Formação em Contexto de Trabalho (FCT)	193
Anexo VIII – Modelo do Protocolo de Formação em Contexto de Trabalho.....	205
Anexo IX – Modelo do Plano de Formação em Contexto de Trabalho.....	209

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Logótipo da Escola Profissional da Nazaré.....	21
Figura 2 – Organograma Geral da EPNazaré.....	22
Figura 3 – Modelo de Inquérito de Avaliação.....	64

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 2.1: Estrutura Curricular dos Cursos Profissionais	12
Tabela 3.2: Oferta Formativa da EPNazaré 2011/2012	21
Tabela 3.3: Principais competências dos colaboradores do Gabinete de Apoio Pedagógico	24
Tabela 4.4: Distribuição dos alunos estagiários nas empresas recetoras	61

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CTE: Curso Técnico de Eventos

CTM: Curso Técnico de Comunicação: Marketing, Relações Públicas e Publicidade

CTT: Curso Técnico de Turismo

EP: Ensino Profissional

EPNazaré: Escola Profissional da Nazaré

FCT: Formação em Contexto de Trabalho

PAA: Plano Anual Atividades

PIT: Plano Individual Trabalho

cit: Citado

n.: Número

p.: Página

pp: Páginas

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

1.1. ENQUADRAMENTO

A formação profissional assume atualmente, um papel demasiado preponderante no crescimento qualitativo e académico dos jovens, designadamente no âmbito profissional. O facto de efetivamente receberem uma formação adequada e estruturada, é essencial para que obtenham ferramentas e técnicas de trabalho imprescindíveis. Desta forma, permite aos alunos demonstrarem à posteriori, uma distintiva e diferenciada prestação em áreas específicas, que futuramente irão colaborar e operar, quando integrados numa determinada empresa.

Antigamente, o ensino técnico surgiu como forma de seleção escolar, com base na distinção das classes sociais, em que os jovens provenientes de classes sociais mais baixas eram reencaminhados para este tipo de ensino, para que rapidamente ingressassem a curto prazo no mercado de trabalho, devido às carências sociais e económicas vivenciadas.

O ensino profissional tem recebido por parte dos sucessivos governos uma atenção merecida, visto compreender uma componente técnica e prática importantíssima na estrutura educativa do país, e acima de tudo, uma necessidade sentida no mercado de trabalho, sendo que uma formação especializada e técnica é algo que pressupõem um fim executório pelo qual o percurso formativo se baseia em fatores mais práticos e menos teóricos.

É neste propósito que surge a criação da Escola Profissional da Nazaré, com vista a formar jovens profissionais nas diversas áreas, por forma a poder contribuir para uma maior qualificação técnica dos recursos humanos existentes aumentando assim, a distinção qualitativa dos serviços que distinguem a região de Leiria, e em especial a da vila da Nazaré, nomeadamente no setor da hotelaria e do turismo, sendo estas áreas, as que as zonas geográficas já descritas mais carecem atualmente.

As empresas deparam-se, por vezes, com uma realidade díspar, a carência de profissionais qualificados para exercer as funções nas diversas áreas técnicas. Nesta perspetiva, torna-se imperativo haver uma formação técnica para que a performance dos

formandos no tecido empresarial seja valorizada, acreditada e patenteada no mercado de trabalho.

A formação profissional tem como principal objetivo, formar profissionais dotados de mão de obra qualificada e especializada, realidade maioritariamente possível nas escolas profissionais, pois são as únicas verdadeiramente segmentadas para essa valência.

1.2. OBJETIVOS DO ESTÁGIO

O estágio executado coadunou-se na emergência que o ensino profissional assume em Portugal, uma realidade perante a qual as escolas devem estar voltadas, para assim possam formar alunos especializados para ingressarem no mercado de trabalho, com competências e conhecimentos técnicos próprios de uma determinada área na qual se encontram integrados.

As empresas do setor do turismo e hotelaria sentem cada vez mais, a necessidade extrema de contratar colaboradores que estejam dotados de um conjunto de técnicas e ferramentas direcionadas para atividades e funções práticas em contexto real de trabalho, algo que só os cursos profissionais possibilitam a nível da sua oferta formativa.

A duração do estágio na Escola Profissional da Nazaré, teve a duração de 1640 horas com início em 1 de setembro de 2011 e termo no dia 22 de junho de 2012, tendo como objetivo a lecionação de disciplinas de marketing e turismo, bem como o planeamento e promoção das atividades de natureza pedagógica. Tal, deve-se ao facto de ao longo do primeiro ano do mestrado, terem sido das disciplinas mais trabalhadas e sustentadas, o que efetivamente possibilitou ao longo da duração do estágio, acompanhar na prática e na teoria, conteúdos lecionados na parte curricular do curso de Mestrado em Marketing e Promoção Turística.

No decorrer do estágio foi desenvolvida toda uma panóplia de tarefas e funções para alcançar os objetivos primordiais do estágio, que foram os seguintes:

- Análise da estrutura atual da Escola Profissional da Nazaré e as vantagens competitivas face às restantes escolas da região;

- Lecionação das disciplinas de Marketing no curso Técnico de Organização de Eventos do 2º e 3º ano e ao Curso Técnico de Comunicação: Marketing Relações Públicas e Publicidade do 1º ano e Técnicas de Comunicação em Acolhimento Turístico ao Curso Técnico de Turismo do 3º ano;
- Desempenho de funções específicas da formação: elaboração de planificações, cronogramas e relatórios de avaliação mensal para cada um dos cursos técnicos;
- Orientação de estágios curriculares do Curso Técnico de Organização de Eventos do 2º e 3º ano;
- Acompanhamento e organização das atividades pedagógicas relacionadas a promoção e valorização sustentáveis da Escola Profissional da Nazaré.

1.3. ESTRUTURA DO RELATÓRIO

A estrutura do presente relatório de estágio encontra-se composta por sete partes, a fim de haver o cumprimento dos objetivos específicos propostos.

O primeiro capítulo inicia-se com a introdução ao tema, os objetivos e a respetiva estrutura do relatório.

Em sequência, o segundo capítulo trata da revisão da literatura acerca da temática do ensino profissional, a sua génese em Portugal, a sua abrangência e importância que atualmente compreende.

O terceiro capítulo abarca a descrição e constituição da instituição de formação, Escola Profissional da Nazaré, bem como aqueles que são os seus objetivos internos.

Já o quarto capítulo, é inteiramente dedicado à tipologia da formação lecionada, às atividades e funções desenvolvidas, enaltecendo a formação pedagógica, as sessões técnicas e ainda a orientação de estágios. Este capítulo reporta ainda, o método de avaliação do desempenho do estagiário, no qual constam todos os itens de carácter pedagógico, com uma escala tipo *Likert* de 4 pontos, com descrição no ponto mínimo (1) e no ponto máximo (4) e a respetiva análise dos dados obtidos.

Por fim, o quinto capítulo, integra as conclusões gerais, evidencia a reflexão pessoal, de acordo com a natureza das atividades e funções realizadas durante o decorrer do estágio, e salienta ainda, as linhas de investigação para estudos futuros.

CAPÍTULO II – REVISÃO DA LITERATURA

2.1. INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta de forma sistemática, a contextualização histórica sobre o aparecimento do ensino profissional em Portugal, para tal, foi necessário recorrer a literatura relevante na área para perceber de forma circunstanciada como tudo ocorreu.

A área do ensino profissional caracteriza-se por assentar num percurso escolar diferente, a qual abarca um conjunto de elementos, fatores e estratégias que potenciam toda uma experiência, devidamente planeada no âmbito da aprendizagem e da formação profissional, centrada num objetivo fulcral, a mudança permanente dos conhecimentos, atitudes e competências, críticos para o bom desempenho e preparação para o exercício profissional mais imediato.

A formação profissional cumpre assim, o duplo objetivo de contribuir para o desenvolvimento pessoal e profissional dos jovens e, conseqüentemente, para um desempenho organizacional qualitativo.

2.2. A GÉNESE DO ENSINO PROFISSIONAL

A ciência e o estudo da educação e da formação mereceram desde sempre, especial análise e investigação qualitativa por parte de grandes pedagogos, que seguiram e dedicaram parte da sua vida à necessidade da pedagogia, alicerçada numa linha de raciocínio lógico e dedutivo, para uma sociedade regida essencialmente por valores morais, traços e características multiculturais (Chateau, 1980).

No contexto europeu, Portugal foi um país com um nível de escolaridade tardio, as décadas de 80 e 90 representaram o *boom* no crescimento da frequência do ensino secundário, simultaneamente com o início da distinção entre o ensino regular e posteriormente, profissional.

O ensino clássico e humanista era exclusivamente frequentado pela alta burguesia e aristocracia, por seu turno, o ensino técnico e profissional destinava-se apenas para as classes sociais de menor estatuto, urbanas e rurais, em que o nível de instrução era quase nulo e com maiores aspirações, dado que eram populações carenciadas e desfavorecidas (Rocha, 1987).

“O ensino é constantemente influenciado e adaptado pela evolução cultural, económica e social. Está ligado, de forma complexa, ao desenvolvimento económico e social, e a sua contribuição para este desenvolvimento faz parte das pesadas tarefas que lhe são cometidas” (OCDE, 1989, p.11).

Dando continuidade ao já exposto, é em 1989 no âmbito da Reforma do Sistema Educativo, que surge a criação do subsistema de Escolas Profissionais, como uma alternativa estratégica ao modelo de ensino tradicional, para que os jovens recebessem uma formação direcionada para o contexto real do trabalho, preparando-os nesse sentido, para que pudessem ter um maior sucesso a nível laboral, detentores de uma qualificação adequada a uma determinada profissão.

“O ensino secundário profissional nasceu, antes de mais, por um imperativo ético. Ao concretizá-lo seguiu-se um caminho novo, uma outra política de educação...Aceite o desafio, foi preciso construir outro modelo.” (Azevedo, 2009).

2.3. A CRIAÇÃO ESCOLAS PROFISSIONAIS E TRANSIÇÃO ESCOLA - TRABALHO

A implementação das escolas profissionais em Portugal, passou por um longo período, de aproximadamente dez anos, entre o ano de 1980 e 1989. Devido à necessidade de alterações que se prendiam com a oferta do ensino e formação de nível secundário, surgindo assim, como um novo rumo educacional para as classes sociais mais desfavorecidas economicamente, devido ao elevado insucesso e abandono escolar.

Foi no contexto das desigualdades sociais vividas à época, que as escolas profissionais foram criadas em Portugal, data de 1989, ao abrigo das decisões dos Ministérios da Educação e do Trabalho com a publicação oficial no normativo Diário da República (o Decreto - Lei n.º 24/89, de 21 de janeiro).

Investigador na área da educação, Professor Catedrático da Universidade Católica Portuguesa e membro do Conselho Nacional da Educação, Joaquim Azevedo é considerado por muitos, o “pai” das escolas profissionais e um dos principais impulsionadores do ensino e formação profissional, sendo autor de inúmeras obras literárias de índole educacional.

Durante o século XIX, com o decorrer da Revolução Industrial, surgiu então ensino técnico e profissional em Portugal que, na sua génese, era distinto do ensino clássico e humanista que havia na época. A classe social dos alunos que frequentavam estes dois sistemas de ensino era absolutamente desigual, constatando-se também diferenças relativas aos conteúdos programáticos lecionados (Azevedo, 2002).

A interligação existente entre o governo e a educação, o mercado de trabalho e a educação foi, cada vez mais flutuante, devido aos fatores políticos, económicos, sociais, tecnológicos e ambientais, aos quais teve de haver uma adaptação enquanto seres humanos. Estas mudanças estruturais levaram a profundas alterações, das quais os conteúdos programáticos, novas áreas abordadas e novas técnicas dos modelos educativos, havendo assim, os objetivos específicos para o ensino técnico e profissional e para o ensino clássico (Carvalho, 1986).

Portanto, no Relatório Nacional de Portugal no âmbito da 41ª da Sessão da Conferência Internacional da UNESCO, data de 1988, foram apontadas duas grandes recomendações finais, destacando-se assim, um ensino secundário que visava não só o “aproximar os jovens da vida ativa e do mundo do trabalho” como também “contribuir para o desenvolvimento do indivíduo enquanto pessoa a membro da coletividade”.

Nesta lógica de investigação, na Conferência da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura, que teve lugar no ano de 1989, “a expressão «ensino técnico e profissional» designa todas as formas e todos os graus do processo de educação onde intervêm, além da aquisição de conhecimentos gerais, o estudo de técnicas conexas e a aquisição de competências práticas, do saber-fazer, de atitudes e de elementos de compreensão relacionados com as profissões que podem exercer-se em diferentes setores da vida económica e social” (UNESCO, 1991, p. 190-195).

Em 1989, o quadro de oferta formativa ficou completo para as escolas profissionais, passando-se a reger pelas seguintes características ímpares (Decreto-Lei n.º 286/89, de 29 de agosto):

Após nove anos de escolaridade básica (três ciclos de 4+2+3 anos), a oferta concentrar-se-ia em três tipos de instituições: as escolas secundárias (com cursos gerais e tecnológicos), as escolas profissionais (cursos profissionais) e os centros de formação profissional (formação em alternância);

Todos os cursos teriam a duração de três anos (no caso da formação em alternância, admite-se a possibilidade de alargar alguns meses este período) e todos (todos, sem exceções) teriam três componentes formativas no quadro de um currículo comum (formação geral ou sociocultural, formação específica ou científica e formação técnica ou tecnológica);

Os cursos conduziriam, no seu final, a diplomas diferentes, mas todos eles seriam equivalentes em termos educativos e para efeitos de prosseguimento de estudos no ensino superior.

Logo, as Escolas Profissionais surgem então com uma alternativa estratégica ao nível académico, técnico e também profissional, visto que a sua finalidade tinha um propósito mais prático e direto para a vida ativa dos jovens, a serem oportunamente inseridos no mercado de trabalho.

Ora, as Escolas Profissionais permitiram uma diferente abordagem e simultaneamente uma perspetiva não menos promissora, por um lado, a inclusão no mundo laboral, e por outro, a continuidade da formação académica a nível superior para um enriquecimento pessoal mais gratificante.

Contrariamente ao ensino secundário regular, o ensino profissional permitia uma vantagem competitiva pelo seu carácter funcional e técnico, e permitia também, uma relação direta entre a componente escolar e a componente laboral.

A literatura dominante, Marques (1993), reflete sobre história e problemática no ensino proferindo que “as escolas profissionais emergem na fronteira do sistema educativo” (p.15-16). E na lógica de raciocínio deste mesmo autor, as escolas profissionais proporcionavam uma nova visão em diversas áreas, designadamente com o mercado de trabalho, resultado da formação de carácter técnico e também da capacidade que as escolas tinham em gerir e criar recursos, tornando-se mais autónomas e simultaneamente puderam inovar e progredir.

De facto, a adesão por parte da sociedade às escolas profissionais foi de tal modo radical e bem aceite, que nos três primeiros anos o número de escolas cresceu

exponencialmente, pois passou de 0 para 168, tais dados devem-se à inovadora oferta pública de ensino equivalente ao 12º ano (Azevedo, 1994, p.119).

Também à luz do Ministério da Educação, as escolas profissionais foram munidas de uma autonomia na vertente pedagógica, administrativa, financeira e ainda de personalidade jurídica própria, razão pela qual também emerge de igual forma, um novo tipo de ensino secundário.

Como sublinha a Comissão de Avaliação Externa do ensino profissional, outrora nomeada pelo Governo, em 1996 havia sido proferido que “o modelo das escolas profissionais foi pensado com grande seriedade e sentido de inovação. Os fundadores tomaram a opção básica, e decisiva, de recusar criar um novo subsistema decalcado dos presentes. À diferença institucional e organizacional em que apostaram (quanto à promoção, ao estatuto, à autonomia, etc.), juntaram a busca de uma diferença pedagógica que fizesse das escolas uma real alternativa, positiva, ao sistema regular do ensino ” (Silva, Silva & Fonseca, 1996, p. 35).

Os conceitos relativos a ensino profissional, ensino técnico e formação profissional, transmitem o mesmo significado “na medida em que na sua conceção e na sua implantação, no sistema educativo, predomina uma perspetiva ocupacional e terminal, a preparação para o exercício profissional mais imediato” (Azevedo, 2000, p.40).

Ainda, segundo Azevedo (2000), o mesmo fez um balanço das escolas profissionais em Portugal, no período que decorreu entre o ano de 1989 e 2009, desde a sua criação até recentemente, isto é, aquando do seu vigésimo aniversário, foram duas décadas que serviram para o autor considerar as oportunidades e os riscos resultantes de uma inovação ao nível educacional e social que cada vez se concentrou ao longo dos tempos.

A distribuição da rede de escolas profissionais em Portugal ocorreu de forma bastante coerente por todo o país e em regiões díspares, tratando-se de meios rurais e urbanos, com uma maior ou menor densidade populacional, nos quais se sediaram as escolas profissionais.

De acordo com as informações constantes no *website* <http://www.escolasprofissionais.com.pt/vantagens.htm>, o Ministério da Educação elegeu as dez grandes vantagens das Escolas Profissionais, as quais:

1. **Aprender uma Profissão e entrar no mercado de trabalho:** Além das disciplinas científicas e socioculturais, os cursos das escolas profissionais tem

uma forte componente de disciplinas técnicas de especialização para além dos estágios e práticas em contexto laboral. Quem sai de uma escola profissional sai com uma profissão, está mais bem preparado para o mercado de trabalho.

2. **Possibilidade de prosseguir os estudos para o ensino superior:** Ao contrário do que se possa por vezes pensar, a frequência de uma escola profissional não é incompatível com a entrada no ensino superior. Antes pelo contrário. Os alunos das escolas profissionais já estão rotinados com métodos de trabalho que mais tarde encontrarão nas faculdades.
3. **Compreender desde cedo as normas e os valores das organizações onde posteriormente irão a trabalhar:** As Escolas Profissionais oferecem aos alunos um conjunto de oportunidades ímpares, preparando-os e consciencializando-os para a importância da atividade laboral, permitindo-lhes adquirir experiências, aplicar conhecimentos, desenvolver relações interpessoais e compreender as normas e os valores das organizações onde posteriormente virão a trabalhar.
4. **Protocolos de Colaboração com diversos Organismos:** As Escolas Profissionais não isolam a sua atividade de educação e de preparação de jovens para o mercado de trabalho do meio humano e social em que cada escola está inserida. Mantêm protocolos de colaboração com diversos organismos, sejam eles do poder local, da sociedade civil, de associações ou empresas.
5. **Conhecimento aprofundado da Indústria:** As Escolas Profissionais detêm um conhecimento aprofundado da indústria portuguesa, na sua área de atividade, mantém contactos privilegiados com agentes económicos do seu mercado envolvente e efetuam promoção direta da integração dos jovens junto das entidades que operam em ramos de atividade relacionadas com a saída profissional dos seus cursos.
6. **Formação em Contexto de Trabalho (Estágio Profissional):** Nas relações das Escolas Profissionais com o mercado empregador, são encarados os outros agentes que operam em domínios de atividade relacionados com as saídas profissionais dos cursos ministrados por cada escola profissional como Parceiros no estabelecimento de protocolos de colaboração e intercâmbio: Entidades

recetoras e empregadoras, seja na componente de formação em contexto de trabalho (estágio profissional), seja após o término do curso (emprego).

7. **Preocupação com o destino dos seus alunos não termina com a conclusão do seu curso:** Numa escola profissional, a preocupação com o destino dos seus alunos não termina com a conclusão do seu curso. Para os alunos que escolheram como objetivo profissional a via de integração no mercado de trabalho, existe um acompanhamento por parte da escola no seu ingresso profissional. Acompanhamento que envolve recolha e análise de um vasto conjunto de informação: tipo de função a desenvolver pelo jovem, tipo de relação contratual, expectativas de permanência, progressão na carreira, disponibilização de formação contínua; o que se traduz num importante acompanhamento pedagógico e técnico durante o arranque de uma atividade profissional.
8. **Melhor Aproveitamento Escolar:** De acordo com alguns estudos estatísticos, os alunos das Escolas Profissionais terem um rendimento escolar superior aos das escolas secundárias (em 2001, de 63% para 45%).
9. **Acompanhamento diferenciado para cada Aluno:** As Escolas Profissionais, ao serem tipicamente mais pequenas ou, no caso das grandes, segmentadas em polo pequenos, facilitam um acompanhamento diferenciado de acordo com as necessidades específicas de cada Aluno.
10. **Maior Taxa de Inserção Profissional:** De acordo com os estudos semelhantes, a inserção profissional é também superior em Alunos diplomados por Escolas Profissionais. De acordo com dados de 2002, um ano após o término dos seus cursos, 78% dos alunos das Escolas Profissionais estavam empregados, contra 52% dos alunos dos cursos gerais.

Interpretando a Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional, os cursos profissionais obedecem a uma estrutura curricular que se encontra organizada por módulos que compõem as disciplinas que, por sua vez, se inserem nas componentes de formação, tal como demonstra a tabela 2.1, que ilustra a estrutura curricular dos cursos profissionais.

O terceiro e último ano (12º) dos cursos profissionais culminam com a execução teórica e a apresentação prática de um projeto, intitulado por Prova de Aptidão Profissional (PAP),

no terceiro e último ano de curso, permitindo aos alunos finalistas, colocar em prática as competências e sabedoria desenvolvidas ao longo dos três anos formação.

Acresce ainda, o facto de que os cursos profissionais quando concluídos com aproveitamento, conferem dupla certificação, ou seja, um diploma de nível secundário de educação e um certificado de qualificação profissional de nível IV. Mais, os cursos profissionais assumem uma matriz curricular própria, a qual se encontra exposta na tabela seguinte.

Através de uma iniciativa conjunta dos Ministérios da Educação e do Trabalho, as escolas profissionais surgiram com um novo tipo oferta formativa diferenciada, com os cursos de natureza técnica e profissional e, atualmente, são cerca de 28% os alunos que fazem dos cursos profissionais, a sua opção para o futuro ao nível do seu progresso académico e profissional (Azevedo, 2008).

Os planos de estudos dos cursos profissionais contêm três componentes: sociocultural e científica, ambas com 50% da carga horária, e a componente e técnica com os restantes 50%, tal como ilustra a tabela seguinte:

COMPONENTES DE FORMAÇÃO	DISCIPLINAS	TOTAL DE HORAS (a) / CICLO DE FORMAÇÃO
Sociocultural	Português	320h
	Língua Estrangeira I, II ou III (b)	220h
	Área de Integração	220h
	Tecnologias da Informação e Comunicação	100h
	Educação Física	140h
Científica	2 a 3 disciplinas (c)	500h
Técnica	3 a 4 disciplinas (d)	1180h
	Formação em Contexto de Trabalho (e)	420h
Carga horária total/ Curso		3100h

Tabela 2.1: Estrutura Curricular dos Cursos Profissionais
Fonte: Material disponibilizado pela EPNazaré

“(a) Carga horária global não compartimentada pelos três anos do ciclo de formação, a gerir pela escola, no âmbito da sua autonomia pedagógica, acautelando o equilíbrio da carga horária anual de forma a otimizar a gestão global modular e a formação em contexto de trabalho.”

“(b) O aluno escolhe uma língua estrangeira. Se tiver estudado apenas uma língua estrangeira no ensino básico, iniciará obrigatoriamente uma segunda língua no ensino secundário.”

“(c) Disciplinas científicas de base a fixar em regulamentação própria, em função das qualificações profissionais a adquirir.”

“(d) Disciplinas de natureza tecnológica, técnica e práticas estruturantes da qualificação profissional visada.”

“(e) A formação em contexto de trabalho visa a aquisição e o desenvolvimento de competências técnicas, relacionais e organizacionais relevantes para a qualificação profissional a adquirir.”

O ensino profissional ao organizar-se num “sistema modular” foi encarado por diversos investigadores e políticos como um pilar inovador sob o ponto de vista educacional, pois privilegia um “ensino personalizado, diferenciado e apoiado por uma avaliação essencialmente formativa” (Silva et al., 1996, p.35).

De acordo com os trâmites legais sobre a revisão curricular do ensino profissional, o Ministério da Educação (2003) deliberou que o sistema modular designa que as disciplinas são constituídas por módulos, em que cada módulo abarca um tema programático. Este sistema surgiu com o intento de adequar os diferentes ritmos de ensino e aprendizagem às demais características, perfis e capacidades dos diferentes alunos, para que existisse uma igualdade de oportunidade equitativa, havendo por tal, a criação de condições que no final permitem que todos os alunos, sem exceção, alcancem níveis qualitativos de desenvolvimento, em tudo equivalentes.

A organização modular é adjetivada como um fator crucial do projeto educativo das escolas profissionais:

Tratava-se de uma forma de centrar a aprendizagem sobre a pessoa do aluno; cada módulo identifica objetivos, meios e tarefas e propõe a avaliação; não há alunos deixados ‘por conta’, mas a todos se criam condições de progressão de um módulo a outro, reforçando-se de imediato eventuais lacunas; respeita-se a diversidade de ritmos e de situações de ensino-aprendizagem de cada educando; rendibilizam-se todas as aquisições feitas pelo aluno, consagrando tudo o que ele já sabe; desenvolve-se muito o sentido de responsabilidade individual e até a cooperação interalunos; perante as tarefas a realizar o aluno sabe o que fazer e torna-se claro que lhe cabe o principal papel na consecução da aprendizagem (NACEM, 1992, p. 215).

Presentemente é de extrema relevância, a forma como é executada a gestão da qualidade intrínseca às escolas profissionais, dado que são estas instituições que fornecem uma

formação sólida, cujo nível adquirido (12º ano), permite aos seus alunos conhecimentos técnicos e especializados que, por si só, conduzem automaticamente os seus alunos, técnicos especializados, para a inserção das demais áreas e atividades técnicas do tecido empresarial.

A missão das escolas profissionais passa pela qualidade de ensino e formação que proporcionam aos seus alunos, durante a frequência dos seus cursos nas mesmas. É através da qualidade das práticas profissionais voltadas para a inovação e o progresso contínuos, e adequadas aos melhores meios para as valorizar e demonstrar, que as escolas profissionais ganham valor acrescentado no mercado (empresas), tendo posteriormente a noção de dever cumprido junto da comunidade, equiparando-se à obtenção de símbolo de qualidade certificada (Fonseca, 1993).

De acordo com a autonomia que lhes é devida, as escolas profissionais estabelecem parcerias e protocolos com empresas do ramo para que, numa perspetiva empreendedora, criem projetos dotados de criatividade que possam dar resposta às necessidades veementes da sociedade, com o apoio e envolvência de toda a comunidade escolar, desde colaboradores, alunos e professores.

O investimento e lançamento no ensino profissional protagonizado pelas escolas profissionais, traduziu-se num projeto-piloto, vocacionado para o ingresso imediato mercado de trabalho, surgindo então um subsistema pautado pela inovação e opção de percursos académicos, sob o ponto de vista organizacional e institucional (Fonseca, 1993).

É importante que as constantes mutações tecnológicas e económicas, pelas quais a sociedade se rege, sejam também acompanhadas pelo próprio sistema educativo, para que seja possível uma harmonia e equidade sociais, institucionais, empresariais e governamentais.

Com base em Rodríguez (1997), é legítimo e coerente falar de diversos modelos de políticas de inserção dos jovens no mercado de trabalho após concluírem os cursos profissionais, nomeadamente o caso Portugal, França e Suécia, nos quais os sistemas educativos promovem os mais importantes mecanismos de seleção de mão de obra e de direcionamento dos jovens para os diferentes empregos, de acordo com a sua formação técnica profissional.

Portugal é um dos países da Europa cujo ensino profissional, tende a ser uma solução viável e promissora alcançando um sucesso junto do tecido económico e empresarial

com ainda mais qualidade (Azevedo, 2000). Para o tecido empresarial, a formação profissional é entendida como um mecanismo que, pela sua essência privilegia a entrada quer de novos e diferentes conhecimentos e competências laborais, quer ainda de aperfeiçoamento dos já existentes.

Nesta lógica de raciocínio dedutivo, existe uma panóplia de políticas e orientações protagonizadas por países europeus, e estas mesmas políticas vão de encontro ao reforço de toda uma orientação de cariz profissional, ainda mais inovadora e personalizada, no âmbito do sistema escolar e do tecido empresarial. O permanente contacto e comunicação que são tidos entre estes dois sistemas, coadunam-se com a realização de visitas de estudo e estágios curriculares. O principal objetivo de tais políticas é claramente, o melhoramento dos processos de transição dos jovens formandos, desde o sistema escolar ao ingresso no mercado de trabalho (Gangl *et al.*, 2003).

Analisando o passado e perspetivando o futuro, o balanço das escolas profissionais é sem dúvida, bastante positivo, houve uma grande abertura de oportunidades sociais, pois, o ensino secundário profissional foi criado, desenvolvido e até agora bem sucedido, resultado do seu crescimento acelerado, já que o ensino profissional permitiu, permite e permitirá construir mais e melhor educação e formação profissional para todos os jovens.

Com base num estudo realizado por Fonseca (1993), são os próprios alunos que frequentaram os cursos profissionais, os primeiros a emitirem opiniões unânimes quanto a este tipo de cursos, da seguinte forma:

“ ao longo deste ano tive uma experiência maravilhosa, de convívio e de aprendizagem, como nunca tive.”

“ ao contrário de outras escolas, sendo este um lugar pequeno, sou respeitado, dão-me atenção.”

“ nesta escola o contacto com os professores é muito aberto, o que facilita a aprendizagem e dá-nos segurança.”

“ este curso vai dar-me a oportunidade de tentar algo de melhor na minha vida.”

Quanto ao itinerário de transição escola - tecido empresarial, os autores Azevedo e Fonseca (2007) defendem que o processo de inserção socioprofissional dos jovens que realizaram um curso profissional, torna-se mais acessível e rápido, a sua passagem e

integração à vida profissional, despoletando uma “transição-adaptação” na passagem da escola à vida ativa.

A qualificação profissional faculta aos alunos, uma elevada capacidade de obterem um emprego na sua área de formação profissional, constituindo em parte, uma forma privilegiada de obtenção de emprego e, se for o caso, na mudança de emprego, tudo isto porque já houve experiência profissional através dos estágios curriculares, Formação em Contexto de Trabalho, o que se torna inevitavelmente numa vantagem competitiva (Azevedo, 2003).

Os cursos profissionais permitem o desenvolvimento vocacional e da carreira dos jovens que escolhem este tipo de ensino para a sua formação académica de nível secundário. Estes promovem aos alunos, competências de empregabilidade que são exercitadas na formação escolar e na inserção profissional.

Há ainda que salientar, a construção da identidade profissional dos alunos alcançada no decorrer dos cursos profissionais, aliada, por vezes, às suas forças motivacionais presentes no seu próprio percurso académico, comprometendo o futuro profissional no seio do tecido empresarial.

CAPÍTULO III – ESCOLA PROFISSIONAL DA NAZARÉ

3.1. DESCRIÇÃO DA ESCOLA PROFISSIONAL DA NAZARÉ

A Escola Profissional da Nazaré é uma instituição de ensino particular, sediada na vila da Nazaré, concelho da Nazaré e distrito de Leiria, tendo sido fundada no ano de 2008 (dois mil e oito) encontrando-se legalmente homologada pelo Ministério da Educação, segundo a Autorização de Funcionamento número 176 (cento e setenta e seis), data de 10 (dez) de outubro de 2010 (dois mil e dez), a entidade proprietária da escola é denominada de NAZARÉ FORMA – Ensino, Formação e Certificação Profissional, Lda., é uma sociedade de quotas, cujo os sócios são a NAZARÉ QUALIFICA, E.E.M. (Empresa Municipal) que detém 49% do capital e ainda pela INTERFORMATION – Ensino e Formação Profissional, Lda., que detém 51% do capital.

A NAZARÉ QUALIFICA, E.E.M, foi constituída no ano de 2005 (dois mil e cinco), tendo como missão, contribuir para o desenvolvimento económico com o ambiental e social. A entidade supra mencionada, reúne todas as sinergias no intuito de obter uma Nazaré mais e melhor, através do apoio e cooperação nas atividades que potenciam esta vila, das quais se destacam a promoção, organização e produção de múltiplos eventos culturais, sociais, desportivos e de lazer, através da criação de protocolos e parcerias acordados.

O resultado destas ações assume um papel preponderante na formação da Nazaré, como produto e destino turístico, de modo a existir uma oferta turística segmentada para a procura turística que se verifica.

Já a INTERFORMATION – Ensino e Formação Profissional, Lda., sita em Leiria, centra o seu trabalho no ensino e formação profissional, com maior destaque nos últimos 4 anos, dinamizando, controlando e gerindo os estabelecimentos de ensino, mais, dedica-se ainda aos serviços de natureza pedagógica, produção e edição de materiais respetivamente, não descurando da consultoria.

Assim, a INTERFORMATION é, segundo a norma jurídica, uma sociedade composta por sócios que de uma forma ou de outra, contribuíram para a criação e progresso do ensino profissional em Portugal, particularmente nos últimos 20 anos envolvidos, assumindo

cargos de chefia, administração e gestão de estabelecimentos de ensino, que a título de exemplo, passo a evidenciar: “o Eng.º. Augusto Guedes, fundador e administrador da Cooptécnica, CRL (proprietária da Escola Profissional Gustave Eiffel), a Dr.ª. Manuela Carlos, fundadora e diretora da ETIC - Escola Técnica de Imagem e Comunicação, o Dr. Paulo Sousa, antigo diretor da Escola Profissional de Braga e atual diretor da Escola Profissional da Nazaré, o Dr. João Marques, fundador e diretor da Escola Tecnológica e Profissional da Zona do Pinhal e o Dr. Francisco Vieira, fundador e diretor da Escola Profissional de Ourém e posteriormente presidente do conselho de administração do Instituto Nacional de Formação Turística” (informação disponibilizada pela EPNazaré).

A INTERFORMATION surge então, do know-how adquirido e comprovado das personalidades antes descritas, visto a importância daquele que foi e é o seu contributo, no que concerne na sua visão e situações reais que pautam o ensino profissional e que portanto, tem um papel proactivo que se exerce com o tecido empresarial, inovando sempre através de uma diferenciação plausível, que á posteriori se revela na motivação e garra dos formandos, quer durante e depois do seu percurso formativo.

Foi então, neste seguimento lógico, juntando o know-how da INTERFORMATION e a vontade da Câmara Municipal da Nazaré, nasce a decisão de criar a Escola Profissional da Nazaré em outubro de 2008 (dois mil e oito), e dois anos mais tarde, 2010 (dois mil e dez), concomitantemente com a NAZARÉ QUALIFICA E.M.M. foi criada a NAZARÉ FORMA, entidade esta que detém a Escola Profissional da Nazaré.

A DGERT (Direção Geral do Emprego e das Relações de Trabalho) designa-se com a entidade que certificou após 2008 (dois mil e oito) a entidade formadora INTERFORMATION. Para além da formação profissional, a INTERFORMATION opera em variadas áreas, tais como a formação e qualificação de ativos, pelo que apresenta uma oferta formativa especializada bastante atrativa, que incide na área do Turismo e Lazer, Hotelaria e Restauração, Organização e Gestão de Eventos, Criatividade e Desenvolvimento Pessoal, Desporto e ainda no Marketing, quer no âmbito do setor empresarial quer a título individual. A consultoria de gestão dos recursos humanos e de Projetos de Formação Profissional constituem ainda valências da INTERFORMATION.

Logo, a Escola Profissional da Nazaré tem conjuntamente com as empresas locais, a missão de promover, valorizar e gerar riqueza para o concelho, dando a conhecer aos turistas o que a Nazaré tem de melhor para oferecer, através de todo um conjunto de elementos naturais, culturais, históricos, bens e serviços que sejam adquiridos ou

utilizados pelos visitantes, bem como todos aqueles que haviam sido concebidos com o objetivo de satisfazer as suas necessidades.

Deste modo, é legítima a potenciação do setor do turismo e a qualificação contínua dos serviços e recursos humanos da Nazaré, através da transmissão de um ensino profissional de qualidade, valorizando o contacto real com o mundo do trabalho, que apenas é possível com a formação em contexto de trabalho com as instituições locais e regionais e, nalgumas situações, nacionais, e ainda através das atividades de cariz técnico e profissional que se enquadram no ensino da própria formação facultada aos formandos.

Especializada no ensino profissional, nas áreas de Hotelaria, Turismo, Marketing e Eventos, os cursos profissionais são conducentes ao nível de qualificação IV e conferem habilitação ao ensino secundário, em que os mesmos se encontram organizados por ciclos formativos de 3 (três) anos, contemplando um total de 6 (seis) meses de estágio em Formação em Contexto de Trabalho (FCT).

A Escola Profissional da Nazaré distingue-se acima de tudo, pela forma como gere os recursos humanos e materiais, com vista à melhoria contínua, para que a qualidade dos alunos seja diferenciadora e visível no mercado vigente.

Sob o ponto de vista político-legal, a Escola Profissional da Nazaré instituiu os Estatutos pelos quais se rege, presentes no Anexo I, bem como o Regulamento Disciplinar a que esta entidade está naturalmente afeta, que consta no Anexo II.

Eis que o Diretor da Escola Profissional da Nazaré, Dr. Paulo Sousa fez questão de deixar uma mensagem de boas vindas no início do ano letivo, infra:

Desejamos que possas encontrar na nossa Escola, que a partir de agora passará também a ser "a tua Escola" tudo aquilo que justificou teres tomado esta opção.

Que possas aprender a ser um melhor cidadão, um exemplar profissional, um estudante brilhante. Estamos cá para apoiar o teu esforço, que terá de ser muito, disponíveis para aplaudir os teus êxitos, mas também para repreender as tuas incorreções. Estamos cá para te ajudar, mas sabemos de antemão que tudo irá depender de ti. Para o bem e para o mal.

Naturalmente que os teus encarregados de educação são fundamentais neste percurso de 3 anos, que conhecerá altos e baixos, momentos de alegria e

tristeza, esperando deles o maior apoio para o teu percurso que desejamos com êxito.

Da parte deles depende também esse objetivo. Da nossa parte encontrarás sempre uma porta aberta para os teus pequenos e grandes problemas, um apoio incondicional nos momentos mais difíceis, uma palavra de amizade, mas também de rigor e incentivo. Não esperes facilidades. A Escola Profissional da Nazaré quer ser a melhor Escola e para isso terá que formar os melhores profissionais. Tu vais ser um deles. Esperamos que consigas.

O desenvolvimento desta teoria é colocado pela instituição EPNazaré, da seguinte forma:

A Escola Profissional da Nazaré existe para dar resposta às necessidades de formação dos jovens, em atividades económicas em expansão na região da Nazaré. Tem como missão a promoção e o desenvolvimento do ensino profissional, visando preparar os alunos para um exercício profissional qualificado, através de mecanismos de aproximação entre a Escola e a comunidade, através do contacto permanente com o mercado do trabalho, parcerias, protocolos de cooperação e realização de estágios, de modo a preparar os jovens para uma adequada integração profissional.

3.2. OBJETIVOS DA EPNAZARÉ

Os objetivos primordiais pelos quais se rege a Escola Profissional da Nazaré são os seguintes:

- I. Potenciar e dinamizar o ensino profissional de excelência ministrado na presente instituição;
- II. Promover a qualidade, rigor e exigência do ensino nesta escola profissional;
- III. Valorizar a formação contínua de todo o corpo docente e não docente;
- IV. Cooperação entre os colaboradores e alunos para promover um maior e melhor ambiente de trabalho e desenvolvimento pessoal no seu todo;
- V. Coordenação e protocolos com entidades empresariais a nível local, regional e nacional, criando parcerias para que haja fomentação das sinergias, objetivando um progresso profissional evolutivo dos jovens em formação;

- VI. Estimular a autonomia, o espírito de aventura e a atuação de todos os alunos nas atividades e estágios que realizam;
- VII. Realizar Sessões Técnicas com oradores especialistas de áreas técnicas para contribuir para uma maior fortalecimento daquilo que é a transmissão de valores, ideias e realidades que contam nas empresas vigentes para os alunos.



Figura 1: Logótipo da EPNazaré
 Fonte: Material disponibilizado pela instituição

3.3. OFERTA FORMATIVA DA EPNAZARÉ

A instituição de ensino e formação, EPNazaré, para o ano letivo que ora decorreu, 2011/2012, foi composto por diversos cursos formativos de nível IV, os quais se encontram designados na tabela abaixo indicada:


Escola Profissional da Nazaré – Oferta Formativa Ano Letivo 2011/2012 
Qualificação: Nível IV (12º ano de escolaridade e Certificação Profissional)
Curso Técnico de Comunicação: Marketing, Relações Públicas e Publicidade
Curso Técnico de Restauração: variante Cozinha/Pastelaria
Curso Técnico de Restauração: variante Restaurante/Bar
Curso Técnico de Organização de Eventos
Curso Técnico de Turismo

Tabela 3.2: Oferta Formativa da EPNazaré 2011/2012
 Fonte: Material disponibilizado pela EPNazaré

3.4. COLABORADORES QUE ATUAM NA EPNAZARÉ

A equipa de colaboradores da EPNazaré é composta por diversos gabinetes, apesar de neste trabalho apenas foi abordado aquele que, diretamente entrevi com a prática do estágio, visivelmente identificado, de acordo com a figura seguinte.

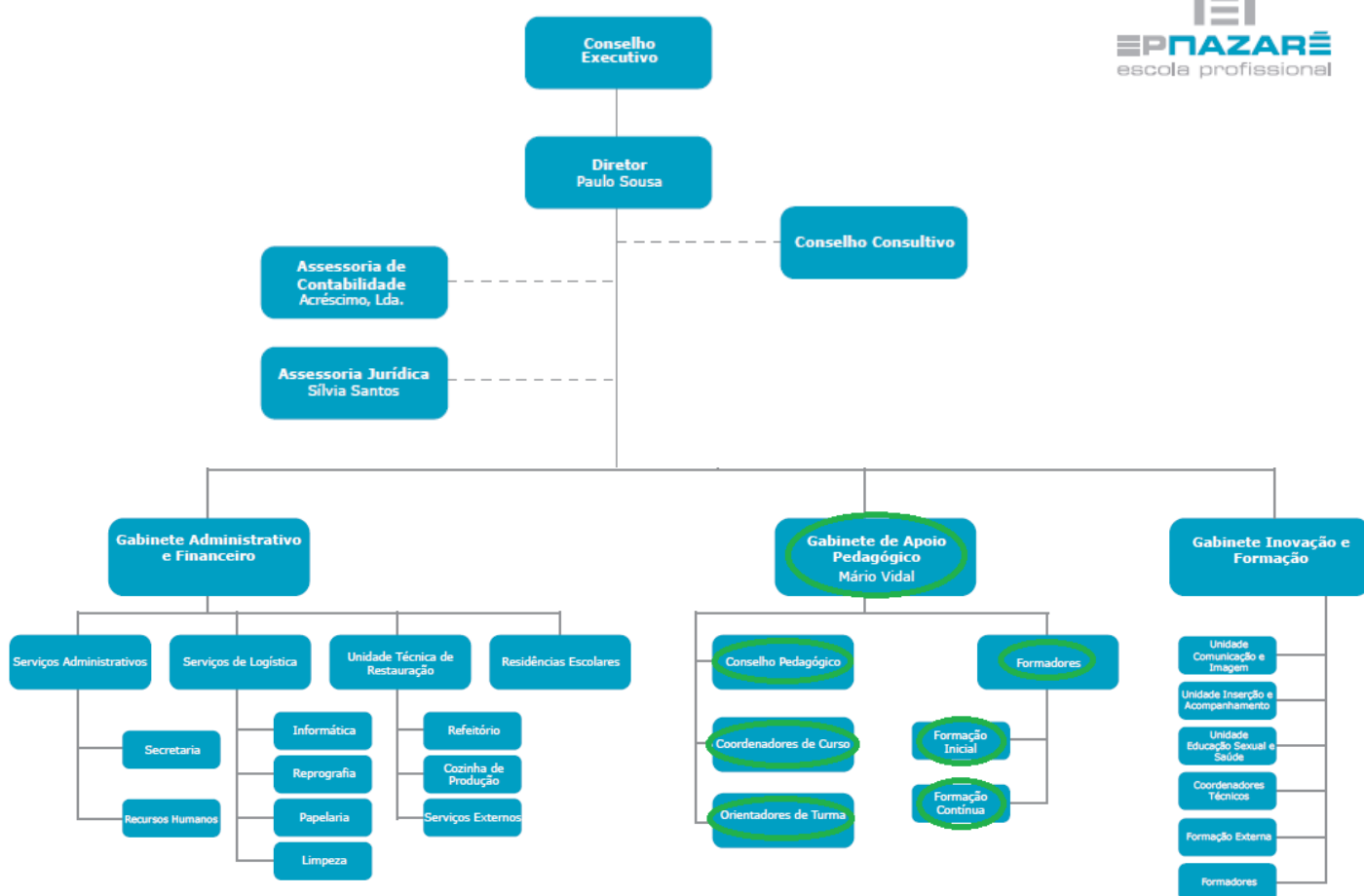


Figura 2: Organograma da EPNazaré
Fonte: Material disponibilizado pela EPNazaré

O Gabinete de Apoio Pedagógico está sob a alçada do Diretor Pedagógico, de seu nome Mário Vidal, e hierarquicamente situam-se o Conselho Pedagógico, os Coordenadores de Curso, os Orientadores de Curso, assim como os Formadores.

As atividades e funções específicas dos colaboradores que se enquadram no Gabinete de Apoio Pedagógico encontram-se listadas na tabela seguinte:

Gabinete de Apoio Pedagógico	
Departamentos	Atividades e Funções
<p>Direção Pedagógica:</p> <p>1 colaborador</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Representação da escola junto do Ministério da Educação nos assuntos de natureza pedagógica; - Elaboração da documentação de índole pedagógica; - Garantia da atualização de todos os materiais à prática pedagógica; - Execução do relatório anual com a avaliação individual dos docentes; - Garantia da qualidade do processo de ensino-aprendizagem; - Administração da plataforma de gestão de ensino <i>E-Schooling</i>; - Supervisão do Conselho Pedagógico, Coordenadores de Curso, Orientadores de Turma e Formadores.
<p>Conselho Pedagógico:</p> <p>13 colaboradores</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Discussão e aprovação de propostas sobre: <ol style="list-style-type: none"> 1. Projeto Educativo; 2. Plano de Atividades; 3. Planos Curriculares; 4. Regulamento geral de avaliação do Corpo Discente e Corpo Docente.
<p>Coordenadores de Curso:</p> <p>2 colaboradoras</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Coordenação do plano de atividades do seu curso; - Integração no Conselho Pedagógico; - Monitorização das Provas de Aptidão Profissional; - Promoção da avaliação dos cursos; - Elaboração do plano da Formação em Contexto de Trabalho e dos contratos de formação; - Gestão educativa dos cursos que coordenam; - Supervisão das atividades realizadas; - Distribuição dos alunos pelos locais de estágio.

<p>Orientadores de Turma:</p> <p>7 colaboradores</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Programação, coordenação e execução da informação relativa ao percurso dos alunos, avaliação qualitativa do perfil de progressão de cada Aluno e da Turma; - Organização do Dossier de Turma; - Justificação de Faltas; - Marcação de reuniões com os Encarregados de Educação; - Participação em todas as atividades pedagógicas que envolvam os alunos da sua turma.
<p>Docentes:</p> <p>20 colaboradores</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de tarefas pedagógicas; - Lecionação dos conteúdos programáticos dos módulos; - Adotar estratégias de aprendizagem diferenciadas de acordo com a tipologia de alunos; - Promover medidas de carácter pedagógico; - Elaboração da proposta de atividades para o plano anual de atividades; - Correção e entrega de testes de avaliação e trabalhos com antecedência; - Participação nos Conselhos de Turma.

Tabela 3.3: Principais competências dos colaboradores do Gabinete de Apoio Pedagógico
Fonte: Material disponibilizado pela EPNazaré

CAPÍTULO IV – DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES EXERCIDAS

4.1. CARACTERIZAÇÃO DA ESTRUTURA DA EPNAZARÉ E VANTAGENS COMPETITIVAS

A EPNazaré é uma instituição de ensino e formação de cariz particular, que assenta numa base alicerçada em valores educativos e de responsabilidade social, esforçando-se em dar aos seus alunos, uma formação técnica distinta e de elevada qualidade.

O crescimento e a evolução constantes, são os dois pilares que pautam a EPNazaré, e, tal só é possível, quando todos os membros trabalham com vista à mesma finalidade, pois, de outra forma, o resultado final, a formação com rigor, disciplina e qualidade, não seria certamente tão bem conseguido.

Considero que, através da experiência ao longo do estágio nesta instituição, que a sua estrutura é cada vez mais sólida, capaz de dar resposta às expectativas, motivações e necessidades dos alunos que procuram na EPNazaré, uma oportunidade de formação profissional de nível secundário, com vista a um futuro promissivo, quer profissional quer academicamente.

Cada vez mais a EPNazaré recebe alunos vindos de outras regiões do país, de destacar a título de exemplo, Alentejo (Santo André), Lisboa e Cabo Verde, que após terem conhecimento da oferta formativa que se caracteriza pela sua diversidade, extraem ainda mais informação face à mesma, através da informação que se encontra no *site* da EPNazaré, <http://www.epnazare.eu/>, telefonicamente ou ainda por envio de *e-mail*, a solicitar informações mais detalhadas.

Constitui ainda uma das regras internas da EPNazaré, o uso obrigatório de uma indumentária concebida pela direção, por parte dos alunos, o uso diário de um casaco, t-shirt ou *pullover* com o logótipo da EPNazaré, consoante as estações do ano. O não cumprimento dos alunos destas regras estabelecida incorre numa sanção para os mesmos, uma falta de material.

Nos dias em que os alunos realizem uma sessão técnica ou uma visita de estudo, existem um fardamento próprio e exclusivo para estes momentos especiais, transmitindo

uma imagem credível da escola que frequentam, como é o caso das turmas do Curso Técnico de Eventos e de Comunicação: Marketing, Relações Públicas e Publicidade.

Nesta perspetiva, torna-se cada vez mais importante que a EPNazaré continue a trilhar o seu caminho, que mapeia os seus valores enquanto instituição de formação e ensino profissional.

Considerando que, por tudo aquilo que foi vivenciado relativamente a todos os aspetos internos e externos de que a EPNazaré esteve envolvida, esta tem vantagens competitivas face à atual concorrência, entenda-se por atual concorrência, as escolas profissionais e escolas do ensino secundário sedeadas nas áreas limítrofes (Caldas da Rainha, Óbidos, Alcobaça e Marinha Grande).

Primeiramente, porque permite aos alunos e aos respetivos docentes e demais colaboradores, um ambiente bastante próximo e acolhedor entre toda a comunidade, pelo que os alunos sabem que podem a qualquer momento, esclarecer alguma questão relacionada com a sua área de curso, ou ainda, com disciplinas.

A EPNazaré no âmbito da sua autonomia pedagógica, administrativa e financeira e de personalidade jurídica própria, decidiu ampliar o período de estágio para melhor preparar os seus alunos para o mercado de trabalho.

Esta alteração teve início com os cursos do ciclo 10.13, ou seja, no ano letivo transato, proporcionando desde então, um total de seis meses de estágio aos seus alunos, um mês no primeiro ano do curso, dois meses no segundo ano do curso e três meses no último ano do curso, e, regra geral, as restantes escolas apenas permitem um total de três meses de estágio no total da duração do curso, distribuídos da seguinte forma: um mês no segundo ano do curso e dois meses no terceiro ano do curso (Portaria nº 550-C/2004, de 21 de maio, com as alterações introduzidas pela Portaria nº 797/2006 de 10 de agosto e pelo Despacho 14758/2004, de 23 de julho de 2004, do Regulamento dos Cursos Profissionais).

Esta autonomia pedagógica já mencionada, emerge na estratégia de promoção dos cursos profissionais e é, inclusive, um dos principais elementos que justifica os bons rendimentos escolares das escolas profissionais privadas, conforme referido por Azevedo, *et al* (2003).

Nesta lógica, um aluno que faça estágios num total de seis meses, terá certamente, um maior know-how prático e técnico adquirido na Formação em Contexto de Trabalho

(FCT), pelo que tem muito mais a beneficiar, comparativamente a um aluno que tenha realizado estágios com uma duração de apenas três meses.

Quanto maior for a duração da FCT, melhor preparados ficam os alunos, pois puderam praticar com uma maior frequência, as valências práticas do seu próprio curso, e se falarmos em termos futuros, terão logicamente uma performance técnica mais favorável e consistente no tecido empresarial onde possam vir a operar.

Outra vantagem que é entendida como competitiva, é a realização de sessões técnicas no âmbito das disciplinas da componente técnica, que consistem em sessões cujos oradores convidados são especialistas do tema a abordar, dando aos alunos, a possibilidade de interagirem *in loco* com o orador (a), e com ele (a) trocar opiniões e experiências já vivenciadas, por outro lado, as sessões técnicas também potenciam uma aproximação dos alunos com a natureza das temáticas que ali são desenvolvidas.

Para além dos factos já expostos, a EPNazaré tem um papel muito ativo e próximo das empresas com as quais estabelece protocolos e parcerias, contado sempre com a participação dos alunos, nas demais atividades e eventos que se realizam, promovendo assim, a imagem corporativa da EPNazaré e o crescimento e progressão qualitativa dos alunos.

Considera-se ainda, que a EPNazaré incute aos seus alunos a extrema importância da adoção de uma postura criativa e proactiva, para que eles percebam que, de facto, é necessário que haja um espírito recetivo à mudança enquanto futuros profissionais, é também preciso ter uma visão daquilo que os rodeia no dia a dia, e ser empreendedor e profissional em todas as tarefas elaboradas.

Logo, a EPNazaré reúne todas as suas valências no sentido da valorização de todos os seus alunos e colaboradores, é preciso acreditar que é possível fazer sempre mais e melhor, exercendo a motivação, a pedra basilar de todo o êxito que se possa alcançar.

4.2. COMPONENTE PEDAGÓGICA

A função primordial deste estágio foi lecionar formação profissional a quatro cursos profissionais, os quais passo a designar, Curso Técnico de Comunicação: Marketing,

Relações Públicas e Publicidade 11.14 (ano de início e término), Curso Técnico de Organização de Eventos 09.12 e 10.13 (ano de início e término) e por último, Curso Técnico de Turismo 09.12 (ano de início e término).

Importa proferir que toda a formação lecionada, foi alvo de supervisão da orientadora de estágio, de seu nome, Carla Cachola, para que a mesma tivesse um conhecimento verídico sobre a prestação e qualidade da formação lecionada pelo estagiário.

Os conteúdos programáticos que são lecionados nos cursos profissionais do ensino secundário, estão ao abrigo da Agência Nacional para a Qualificação (ANQ) e do Ministério da Educação, por tal, disponibilizam os referenciais de formação que devem ser cumpridos escrupulosamente pelos respetivos docentes, contendo os mesmos uma duração de referência expressa em horas que varia conforme o âmbito dos conteúdos programáticos de cada módulo.

Os referenciais de formação indicam ainda, a bibliografia e outros recursos, tais como revistas e *websites*, além de que o docente tem legitimidade para complementar a formação com outros materiais didáticos e pedagógicos que considere pertinentes, cujo objetivo é fomentar a aprendizagem dos alunos.

De referir que sob o ponto de vista ético e profissional, todos os objetivos de aprendizagem propostos pelos ditos referenciais de formação foram atingidos de forma íntegra, possibilitando assim, dotar os alunos de conhecimentos e ferramentas técnicas nos diversos domínios que constaram nos módulos.

Houve ainda necessidade de recorrer a diverso apoio bibliográfico de renome, portanto, na área do marketing, destacaram-se os livros “Administração de Marketing 12ª edição”, de Philip Kotler e Kevin Lane Keller, “Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing 14ª edição”, autoria de Denis Lindon, Jacques Lendrevie, Julien Lévi, Pedro Dionásio e Joaquim Vicente Rodrigues.

Na área do turismo, recorreu-se ao auxílio do livro “Introdução ao Turismo”, de Licínio Cunha. Toda a bibliografia está diretamente relacionada com as áreas de formação lecionadas, a fim de haver um conhecimento ainda mais específico de todos os conteúdos abordados.

4.2.1. Cursos e Módulos lecionados

No curso Técnico de Comunicação, Marketing, Relações Públicas e Publicidade 11.14 a disciplina lecionada foi Marketing, tendo sido concluídos quatro módulos: “Módulo 1 - Introdução e Fundamentos do Marketing”; “Módulo 2 - Mercado e sua Envolvente”; “Módulo 3 – Posicionamento/ Estratégia de Marketing/ Marketing - Mix” e “Módulo 4 – Marketing de Serviços”. Os quatro módulos tiveram uma duração de referência individual de trinta horas.

Seguidamente são identificados os objetivos de aprendizagem de cada módulo e os respetivos conteúdos programáticos.

No **“Módulo 1 - Introdução e Fundamentos do Marketing”** os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Identificar os conceitos centrais que permitam entender o que é o Marketing;
- Conhecer o contexto histórico do aparecimento do Marketing;
- Identificar os conceitos de necessidade, produto e troca;
- Classificar mercados;
- Conhecer a função do gestor de Marketing;
Analisar a divisão temporal da função gestão;
- Classificar estratégias de Marketing face à procura;
- Identificar as funções de marketing em contexto não lucrativo;
- Analisar todos os processos de marketing numa perspetiva operacional e em contexto de mercado.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Introdução ao Marketing.

1.1. Etapas de evolução do Marketing.

1.2. Conceitos centrais do Marketing.

1.3. A Função do Marketing nas Organizações Lucrativas e Não Lucrativas.

1.4. Organização do Departamento de Marketing.

1.5. Funções do Gestor de Marketing.

1.6. Necessidades do Marketing nas demais organizações.

1.7. Diferenciação entre Marketing Estratégico e Marketing Operacional.

1.8. Micro e Macro Ambiente.

1.9. Introdução ao conceito de Mercado na ótica do Marketing.

1.10. Públicos intervenientes.

Quanto ao “**Módulo 2 – Mercado e a sua Envolvente**”, os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Identificar os conceitos base que permitam perceber o que é uma empresa e o seu envolvimento no tecido económico;
- Evidenciar os conceitos básicos das atuações económicas;
- Classificar e listar os micro intervenientes;
- Evidenciar o clima cultural da empresa face à sua estrutura;
- Conhecer os critérios de segmentação de mercado e de produtos;
- Ponderar os requisitos para uma segmentação eficaz;
- Tipificar os comportamentos dos compradores nos vários tipos de produtos;
- Conhecer a cadeia da decisão de compra;
- Identificar os fatores tempo, maturação e tomada de decisão de compra;
- Evidenciar a política de segmentação de produtos.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Dinâmica dos Mercados.

1.1. Fatores de Influência: Envolvente dos Mercados.

1.2. Diferentes abordagens ao Mercado.

1.2.1. Indiferenciado.

1.2.2. Diferenciado.

1.2.3. Segmentado.

1.3. Segmentação do Mercado

1.3.1. Necessidades de segmentar.

1.3.2. Critérios de segmentação.

1.3.3. Processo de segmentação.

1.4. Comportamento do consumidor.

1.4.1. Fatores de influência.

1.4.2. Processo de decisão, seus intervenientes e tipos de compras.

De acordo com o “**Módulo 3 - Posicionamento/Estratégia de Marketing/ Marketing-Mix**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Evidenciar as fases de Gestão Estratégica, no ciclo de vida de um produto;
- Demonstrar a noção de oportunidade de negócio, pela análise do mercado de atuação;
- Distinguir as diferenças entre tática e estratégia;
- Demonstrar como se articula a estratégia da empresa, com a estratégia de Marketing.
- Elaborar o Planeamento Estratégico e quais as variáveis a ter em conta;
- Decidir, perante os resultados da concorrência e os da empresa, qual o posicionamento, o mercado, e o segmento de atuação;
- Conhecer os clientes e explorar os nichos de mercado;
- Selecionar estratégias, objetivos, etapas, metas, atuações;
- Identificar as condicionantes variáveis na política de preços;
- Avaliar os circuitos de distribuição e as vantagens comparativas de cada um;
- Distinguir canais de distribuição e a sua relação com as vendas;
- Evidenciar a utilidade de um modelo de comunicação, e o papel da publicidade como veículo de comunicação.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Planeamento de Marketing: Processo de elaboração.

2. Estratégia de Marketing: Processo de elaboração.

3. Marketing Mix na vertente produto.

3.1. Produto: Inovação, políticas de conceito, características intrínsecas e análises de qualidade.

3.2. Preço: fatores de formação, elasticidade e políticas de preço.

3.3. Distribuição: canais de distribuição, estratégias e políticas de distribuição, logística.

3.4. Comunicação: Mix da comunicação, estratégia e planeamento das ações.

No “**Módulo 4 – Marketing de Serviços**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Identificar as características do Serviços;
- Distinguir Serviços Públicos de Privados;
- Conhecer as fronteiras entre produtos e serviços;
- Reconhecer as especificidades do Marketing de Serviços;
- Definir estratégias de segmentação e posicionamento para diferentes públicos-alvo, e mercados;
- Evidenciar a qualidade dos serviços, e a satisfação dos clientes;
- Demonstrar a importância do Marketing nas empresas de Serviços.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Marketing de Serviços.

1.1. Tipos de Serviços:

1.1.1. Públicos e Privados.

1.2. Contexto de desenvolvimento do Setor de Serviços – O Grande Consumo e a interação com os serviços.

1.3. O tangível e o intangível no Marketing: diferenças no posicionamento.

1.4. A segmentação estratégica de Serviços.

1.5. A Gestão da Qualidade em Serviços.

1.6. Desenvolvimento de Políticas de Mix – Serviços – As pessoas, os procedimentos, os processos, e o perfil.

Quanto ao curso Técnico de Organização de Eventos 10.13 a disciplina lecionada foi Marketing e Comunicação, sendo concluídos quatro módulos: “Módulo 3 – Patrocinadores e Clientes”; “Módulo 4 – Marketing de Eventos”, “Módulo 5 – Técnicas de Marketing Aplicadas” e “Módulo 6 - Técnicas de Vendas”. Os quatro módulos tiveram uma duração de referência individual de vinte e cinco horas.

Seguidamente são identificados os objetivos de aprendizagem de cada módulo e os respetivos conteúdos programáticos.

Para o “**Módulo 3 – Patrocinadores e Clientes**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Definir o conceito de empresa, organização e instituição;
- Classificar empresa, organização ou instituição de acordo com os seguintes parâmetros:
 - Dimensão
 - Propriedade
 - Ramo de atividade
 - Mercado
 - Público-alvo
- Distinguir patrocinador e cliente;
- Descrever os princípios básicos de relacionamento com o cliente;
- Explicar o comportamento do cliente;
- Avaliar e utilizar o *feedback* dos clientes de forma eficaz;
- Identificar os patrocinadores que se adequam a cada tipo de evento;
- Descrever os princípios básicos de relacionamento com os patrocinadores;
- Identificar os vários níveis de patrocínio;
- Aplicar a imagem de marca / identidade corporativa na conceção, e comunicação de eventos;
- Analisar um manual de norma gráfica.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Empresa, Organização e Instituição.

1.1. Conceito e tipos.

1.2. Dimensão.

1.3. Propriedade.

1.4. Ramo de atividade.

1.5. Mercado.

1.6. Público-alvo.

1.7. Objetivos e papel na sociedade.

1.8. Elementos constitutivos.

2. Estrutura da Empresa, Organização e Instituição.

2.1. Conceito e tipos.

2.2. Análise.

3. Comunicação da Empresa, Organização e Instituição.

3.1. Conceito, tipo e intervenientes.

3.2. Regras e efeitos da comunicação.

4. Imagem de marca / imagem corporativa.

4.1. Norma gráfica.

4.2. Regras de utilização.

5. A Empresa, Organização ou Instituição como clientes.

5.1. Análise aos clientes.

5.2. Identificação dos clientes.

5.3. Identificação das estratégias de abordagem aos clientes.

5.4. Sistema de atuação sobre os clientes.

5.5. Seleção dos clientes atuais e potenciais a abordar.

5.6. Requisitos do cliente.

5.7. Relação com o cliente.

5.8. Serviço prestado.

6. Patrocinadores.

6.1. Análise aos patrocinadores.

6.2. Identificação dos patrocinadores.

6.3. Identificação das estratégias de abordagem aos patrocinadores.

6.4. Sistema de atuação sobre os patrocinadores.

6.5. Seleção dos patrocinadores atuais e potenciais a abordar.

6.6. Relação com os patrocinadores.

6.7. Níveis de patrocínio.

6.7.1. Patrocinador titular.

6.7.2. Patrocinadores principais.

6.7.3. Patrocinadores técnicos.

6.7.4. Patrocinadores de *media*.

6.8. Licenciamento da imagem do evento.

No “**Módulo 4 - Marketing de Eventos**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Definir o conceito de *marketing*;
- Caracterizar o plano de *marketing*;

- Identificar a natureza do plano de *marketing*;
- Descrever o conteúdo do plano de *marketing*;
- Identificar as vantagens do planeamento de *marketing*;
- Reconhecer os obstáculos e restrições ao planeamento;
- Definir os conceitos gerais e funções do *marketing* dentro das variáveis da área de eventos;
- Elaborar um plano de *marketing* para conceção, implementação e comunicação de um evento criado a partir de uma oportunidade de mercado identificada;
- Adequar a conceção, desenvolvimento e implementação de um evento a uma estratégia de marketing definida em função dos objetivos de uma empresa, organização ou instituição.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Conceito de marketing.
2. O plano de marketing.
3. A natureza do plano de marketing.
4. Os conteúdos do plano de marketing.
5. A realização do planeamento em marketing.
6. As vantagens do planeamento de marketing.
7. Os obstáculos e restrições ao planeamento.

Relativamente ao “**Módulo 5 - Técnicas de Marketing Aplicadas**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Explorar informação sobre a análise das necessidades e tendências do mercado;
- Analisar e conhecer os mercados organizacionais e o comportamento de compra organizacional;
- Definir o conceito de concorrência e suas implicações;
- Identificar os concorrentes e suas estratégias de abordagem de mercado;
- Analisar os mercados de consumidores e o comportamento do comprador;
- Caracterizar o processo geral de segmentação;
- Enumerar os níveis de segmentação de mercado;

- Identificar os padrões de segmentação de mercado;
- Explicar o procedimento de segmentação;
- Reconhecer as bases de estudo para a segmentação de mercados de consumidores e industriais;
- Identificar os requisitos para uma segmentação eficaz e avaliação e seleção dos segmentos de mercado;
- Enumerar as fases para a elaboração do planeamento de segmentação;
- Reconhecer a importância da estratégia de segmentação.
- Caracterizar as estratégias de diferenciação e posicionamento;
- Enumerar as ferramentas para uma diferenciação competitiva;
- Identificar a diferenciação através do produto, serviço, canal, pessoas ou imagem;
- Definir os princípios básicos da diferenciação;
- Reconhecer o conceito de posicionamento de mercado;
- Identificar as estratégias de posicionamento;
- Indicar como comunicar as diferenças;
- Definir e caracterizar a proposição de valor;
- Definir as diferenças a promover no mercado
- Caracterizar o *marketing one-to-one* ou relacional;
- Identificar os princípios de atuação do *marketing* relacional;
- Descrever o *marketing* social e de organizações sem fins lucrativos;
- Identificar os princípios de atuação do *marketing* com preocupações sociais;
- Reconhecer a importância do *marketing* verde ou ecológico;
- Identificar as oportunidades da preocupação ambiental;
- Definir as estratégias do *experience marketing* ou *marketing* de eventos;
- Adotar os princípios de atuação enunciados e aplicá-los ao *experience marketing* ou *marketing* de eventos.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. O mercado.

1.1. Análise dos mercados consumidores e comportamento do consumidor.

1.2. Fatores de influência do comportamento de compra.

1.3. O processo de compra.

- 1.4. Análise dos mercados organizacionais e comportamento de compra organizacional.
2. A concorrência.
 - 2.1. Análise aos concorrentes.
 - 2.2. Identificação dos concorrentes.
 - 2.3. Identificação das estratégias dos concorrentes.
 - 2.4. Desenho do sistema de inteligência competitiva.
 - 2.5. Seleção de concorrentes a atacar e a evitar.
3. A segmentação.
 - 3.1. O processo geral de segmentação.
 - 3.2. Os níveis de segmentação de mercado.
 - 3.3. Os padrões de segmentação de mercado.
 - 3.4. Os procedimentos para uma segmentação eficaz.
 - 3.5. As bases de estudo para a segmentação de mercados de consumidores e industriais.
 - 3.6. Os requisitos para uma segmentação eficaz e avaliação e seleção dos segmentos de mercado.
 - 3.7. As fases para a elaboração do planeamento de segmentação.
4. O posicionamento.
 - 4.1. As estratégias de diferenciação e posicionamento.
 - 4.2. As ferramentas para uma diferenciação competitiva.
 - 4.3. A diferenciação através do produto, serviço, canal, pessoas ou imagem.
 - 4.4. Os princípios básicos da diferenciação.
 - 4.5. O conceito de posicionamento de mercado.

4.6. As estratégias de posicionamento.

4.7. A comunicação das diferenças.

4.8. A proposição de valor.

4.9. Quais diferenças promover no mercado.

5. As disciplinas de *Marketing*.

5.1. *Marketing one-to-one* ou relacional.

5.2. *Marketing* social e de organizações sem fins lucrativos.

5.3. *Marketing* verde ou ecológico.

5.4. *Experience marketing* ou *marketing* de eventos, relações e interdisciplinaridade.

Quanto ao **“Módulo 6 - Técnicas de Vendas”** os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Utilizar técnicas de negociação;
- Definir os procedimentos e técnicas de consecução de acordos, numa perspetiva de aprofundamento do relacionamento entre as partes;
- Sistematizar os objetivos dos clientes;
- Reconhecer a importância do conhecimento do produto ou serviço;
- Revelar uma atitude de entusiasmo e confiança, subjacentes à deteção e consecução de oportunidades;
- Revelar hábitos de reflexão e avaliação críticas, facilitadoras de respostas criativas e com valor acrescentado na atividade de vendas;
- Preparar-se emocional e tecnicamente para responder, de modo satisfatório, a objeções e reclamações de clientes;
- Lidar com os diferentes tipos de personalidade dos clientes, estando atento às suas características culturais;
- Identificar iniciativas e boas práticas da concorrência, assinalando vantagens comparativas;
- Utilizar vocabulário apropriado que provoque impressões positivas nos clientes relativamente a si próprio, ao produto ou ao serviço;
- Gerir o tempo com oportunidade e eficácia, durante os contactos com os clientes;

- Participar na concepção e na programação de campanhas promocionais e de vendas de produtos ou serviços, sugerindo argumentos que reforcem a confiança nos mesmos;
- Avaliar criticamente sucessos e fracassos nas vendas, propondo iniciativas para a melhoria qualitativa das mesmas.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Fatores determinantes, preparação e etapas da negociação.

1.1. Objeto da negociação.

1.2. Fatores e princípios para uma negociação eficaz.

1.3. Modelos de negociação.

1.4. Preparação da negociação: a descoberta do outro.

1.5. Etapas da negociação.

2. Comportamentos comunicacionais na negociação.

2.1. Tipos de comportamento negocial.

2.2. Procedimentos comportamentais a evitar.

2.3. Técnicas de estímulo à negociação.

2.4. Comunicação verbal e para verbal: mostrar confiança e vivenciar o outro.

3. Gestão de conflitos.

3.1. Fontes e sinais de conflitos nas negociações.

3.2. Táticas de prevenção de conflitos.

3.3. Estratégias de gestão de conflitos.

3.4. Precisão dos termos do acordo.

4. Visão global da atividade de vendas: as etapas do ciclo de venda.

4.1. As etapas do ciclo de venda.

- 4.2. Aspectos críticos de cada etapa.
- 5. A importância da pesquisa, da recolha e da organização da informação.
 - 5.1. Adaptação da mensagem às características dos clientes.
 - 5.2. Pesquisas básicas sobre os clientes.
 - 5.3. O responsável pela decisão de compra: procedimentos críticos de atuação.
 - 5.4. A etiqueta cultural.
- 6. O domínio do produto ou serviço.
 - 6.1. Elementos de conhecimento do produto ou serviço.
 - 6.2. Técnicas de aprofundamento do conhecimento do produto ou serviço.
 - 6.3. A inovação tecnológica e as iniciativas da concorrência.
- 7. Obtenção da entrevista, sua condução e fecho da venda.
 - 7.1. Agendamento do contacto com potenciais clientes.
 - 7.2. Primeiras impressões: da aparência à postura e à confiança.
 - 7.3. A avaliação do cliente: suas necessidades e expectativas.
 - 7.4. Tipo de objeções e iniciativas para a sua superação.
 - 7.5. Métodos de modificação de atitude do cliente.
 - 7.6. Técnicas de fecho da venda.
- 8. Avaliação crítica da desmotivação e do fracasso.
 - 8.1. Fontes de motivação.
 - 8.2. Estratégias de superação do fracasso: oportunidades para a melhoria do desempenho.
 - 8.3. A importância da definição de objetivos.
- 9. Dos erros mais comuns à melhoria das vendas.

9.1. Tipos de erros mais comuns.

9.2. Propostas para evitar erros.

9.3. Melhoria das vendas.

Também o Curso Técnico de Organização de Eventos 09.12, por se enquadrar no 3.º ano do curso, a disciplina Marketing e Comunicação é efetivamente a mesma, sendo que nos três módulos lecionados, apenas um deles se repete, dado que os restantes dois módulos são logicamente diferentes, mas todos eles com uma duração de referência individual de vinte e cinco horas.

Seguidamente são identificados os objetivos de aprendizagem de cada módulo e os respetivos conteúdos programáticos.

Assim, no “**Módulo 5 - Técnicas de Marketing Aplicadas**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Explorar informação sobre a análise das necessidades e tendências do mercado;
- Analisar e conhecer os mercados organizacionais e o comportamento de compra organizacional;
- Definir o conceito de concorrência e suas implicações;
- Identificar os concorrentes e suas estratégias de abordagem de mercado;
- Analisar os mercados de consumidores e o comportamento do comprador;
- Caracterizar o processo geral de segmentação;
- Enumerar os níveis de segmentação de mercado;
- Identificar os padrões de segmentação de mercado;
- Explicar o procedimento de segmentação;
- Reconhecer as bases de estudo para a segmentação de mercados de consumidores e industriais;
- Identificar os requisitos para uma segmentação eficaz e avaliação e seleção dos segmentos de mercado;
- Enumerar as fases para a elaboração do planeamento de segmentação;
- Reconhecer a importância da estratégia de segmentação.
- Caracterizar as estratégias de diferenciação e posicionamento;
- Enumerar as ferramentas para uma diferenciação competitiva;
- Identificar a diferenciação através do produto, serviço, canal, pessoas ou imagem;
- Definir os princípios básicos da diferenciação;

- Reconhecer o conceito de posicionamento de mercado;
- Identificar as estratégias de posicionamento;
- Indicar como comunicar as diferenças;
- Definir e caracterizar a proposição de valor;
- Definir as diferenças a promover no mercado
- Caracterizar o *marketing one-to-one* ou relacional;
- Identificar os princípios de atuação do *marketing* relacional;
- Descrever o *marketing* social e de organizações sem fins lucrativos;
- Identificar os princípios de atuação do *marketing* com preocupações sociais;
- Reconhecer a importância do *marketing* verde ou ecológico;
- Identificar as oportunidades da preocupação ambiental;
- Definir as estratégias do *experience marketing* ou *marketing* de eventos;
- Adotar os princípios de atuação enunciados e aplicá-los ao *experience marketing* ou *marketing* de eventos.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. O mercado.

1.1. Análise dos mercados consumidores e comportamento do consumidor.

1.2. Fatores de influência do comportamento de compra.

1.3. O processo de compra.

1.4. Análise dos mercados organizacionais e comportamento de compra organizacional.

2. A concorrência.

2.1. Análise aos concorrentes.

2.2. Identificação dos concorrentes.

2.3. Identificação das estratégias dos concorrentes.

2.4. Desenho do sistema de inteligência competitiva.

2.5. Seleção de concorrentes a atacar e a evitar.

3. A segmentação.

3.1. O processo geral de segmentação.

3.2. Os níveis de segmentação de mercado.

3.3. Os padrões de segmentação de mercado.

3.4. Os procedimentos para uma segmentação eficaz.

3.5. As bases de estudo para a segmentação de mercados de consumidores e industriais.

3.6. Os requisitos para uma segmentação eficaz e avaliação e seleção dos segmentos de mercado.

3.7. As fases para a elaboração do planeamento de segmentação.

4. O posicionamento.

4.1. As estratégias de diferenciação e posicionamento.

4.2. As ferramentas para uma diferenciação competitiva.

4.3. A diferenciação através do produto, serviço, canal, pessoas ou imagem.

4.4. Os princípios básicos da diferenciação.

4.5. O conceito de posicionamento de mercado.

4.6. As estratégias de posicionamento.

4.7. A comunicação das diferenças.

4.8. A proposição de valor.

4.9. Quais diferenças promover no mercado.

5. As disciplinas de *Marketing*.

5.1. *Marketing one-to-one* ou relacional.

5.2. *Marketing* social e de organizações sem fins lucrativos.

5.3. *Marketing* verde ou ecológico.

5.4. *Experience marketing* ou *marketing* de eventos, relações e interdisciplinaridade.

Para o “**Módulo 6 - Técnicas de Vendas**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Utilizar técnicas de negociação;
- Definir os procedimentos e técnicas de consecução de acordos, numa perspetiva de aprofundamento do relacionamento entre as partes;
- Sistematizar os objetivos dos clientes;
- Reconhecer a importância do conhecimento do produto ou serviço;
- Revelar uma atitude de entusiasmo e confiança, subjacentes à deteção e consecução de oportunidades;
- Revelar hábitos de reflexão e avaliação críticas, facilitadoras de respostas criativas e com valor acrescentado na atividade de vendas;
- Preparar-se emocional e tecnicamente para responder, de modo satisfatório, a objeções e reclamações de clientes;
- Lidar com os diferentes tipos de personalidade dos clientes, estando atento às suas características culturais;
- Identificar iniciativas e boas práticas da concorrência, assinalando vantagens comparativas;
- Utilizar vocabulário apropriado que provoque impressões positivas nos clientes relativamente a si próprio, ao produto ou ao serviço;
- Gerir o tempo com oportunidade e eficácia, durante os contactos com os clientes;
- Participar na conceção e na programação de campanhas promocionais e de vendas de produtos ou serviços, sugerindo argumentos que reforcem a confiança nos mesmos;
- Avaliar criticamente sucessos e fracassos nas vendas, propondo iniciativas para a melhoria qualitativa das mesmas.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Fatores determinantes, preparação e etapas da negociação.

1.1. Objeto da negociação.

1.2. Fatores e princípios para uma negociação eficaz.

- 1.3. Modelos de negociação.
- 1.4. Preparação da negociação: a descoberta do outro.
- 1.5. Etapas da negociação.
2. Comportamentos comunicacionais na negociação.
 - 2.1. Tipos de comportamento negocial.
 - 2.2. Procedimentos comportamentais a evitar.
 - 2.3. Técnicas de estímulo à negociação.
 - 2.4. Comunicação verbal e para verbal: mostrar confiança e vivenciar o outro.
3. Gestão de conflitos.
 - 3.1. Fontes e sinais de conflitos nas negociações.
 - 3.2. Táticas de prevenção de conflitos.
 - 3.3. Estratégias de gestão de conflitos.
 - 3.4. Precisão dos termos do acordo.
4. Visão global da atividade de vendas: as etapas do ciclo de venda.
 - 4.1. As etapas do ciclo de venda.
 - 4.2. Aspectos críticos de cada etapa.
5. A importância da pesquisa, da recolha e da organização da informação.
 - 5.1. Adaptação da mensagem às características dos clientes.
 - 5.2. Pesquisas básicas sobre os clientes.
 - 5.3. O responsável pela decisão de compra: procedimentos críticos de atuação.
 - 5.4. A etiqueta cultural.
6. O domínio do produto ou serviço.

- 6.1. Elementos de conhecimento do produto ou serviço.
- 6.2. Técnicas de aprofundamento do conhecimento do produto ou serviço.
- 6.3. A inovação tecnológica e as iniciativas da concorrência.
7. Obtenção da entrevista, sua condução e fecho da venda.
 - 7.1. Agendamento do contacto com potenciais clientes.
 - 7.2. Primeiras impressões: da aparência à postura e à confiança.
 - 7.3. A avaliação do cliente: suas necessidades e expectativas.
 - 7.4. Tipo de objeções e iniciativas para a sua superação.
 - 7.5. Métodos de modificação de atitude do cliente.
 - 7.6. Técnicas de fecho da venda.
8. Avaliação crítica da desmotivação e do fracasso.
 - 8.1. Fontes de motivação.
 - 8.2. Estratégias de superação do fracasso: oportunidades para a melhoria do desempenho.
 - 8.3. A importância da definição de objetivos.
9. Dos erros mais comuns à melhoria das vendas.
 - 9.1. Tipos de erros mais comuns.
 - 9.2. Propostas para evitar erros.
 - 9.3. Melhoria das vendas.

No **“Módulo 7 - “Protocolo”** os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Definir o conceito de cerimonial e protocolo;
- Elaborar e seguir o guião protocolar de eventos;
- Organizar e gerir eventos aplicando as regras básicas de protocolo e cerimonial;

- Utilizar o protocolo como técnica transmissora da mensagem do evento aos seus diversos públicos;
- Descrever as regras de etiqueta e de cortesia a aplicar nas relações sociais;
- Descrever as regras de protocolo que se aplicam nas relações comerciais;
- Descrever as regras de protocolo que se aplicam nas relações oficiais.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Tipos de indivíduos/grupos que necessitam de serviços específicos no quadro dos eventos.

1.1. *VIP*'s.

1.2. Equipa de apoio do *VIP*.

1.3. Participantes.

1.4. Pessoas com deficiência.

1.5. Crianças e idosos.

1.6. Acompanhantes.

2. A indumentária.

2.1. Traje informal.

2.2. Traje casual.

2.3. Traje de passeio.

2.4. Traje de gala.

2.5. Traje para almoço de cerimónia.

2.6. Traje para um jantar de cerimónia não formal.

2.7. Traje para um jantar de cerimónia formal.

2.8. Traje civil de cerimónia e de receções oficiais – os diferentes tipos de traje, incluindo:

2.9. *Smoking*, Fraque, Casaca.

3. Relações interpessoais que se estabelecem na realização de um evento.

3.1. Relações sociais.

3.2. Relações comerciais e de negócios.

3.3. Relações oficiais e diplomáticas.

4. Gestão protocolar.

4.1. As funções e responsabilidades na gestão protocolar de um evento, incluindo:

4.1.1. O gabinete de protocolo.

4.1.2. O Chefe de Protocolo.

5. Regras de etiqueta e cortesia.

5.1. Distribuição de lugares à mesa, incluindo:

5.1.1. Regras básicas.

5.1.2. Os diferentes modelos.

5.2. Relações sociais e comportamento em público.

5.3. Troca de correspondência, incluindo:

5.3.1. Tipos de papel e cabeçalhos impressos.

5.3.2. Diferentes tipos de cartas.

6. Regras de protocolo nas relações comerciais.

6.1. Código de indumentária.

6.2. Apresentações e cumprimentos, incluindo:

6.2.1. Regras utilizadas no Ocidente e no Oriente.

6.2.2. Cumprimentos.

6.2.3. Procedimentos de acompanhamento.

6.3. Reuniões, incluindo o protocolo à mesa de reuniões.

6.4. Refeições e escolha de menus.

6.5. Discursos.

6.6. Correspondência.

6.7. Contactos internacionais.

6.8. cartões de visita.

7. Regras de protocolo em cerimónias oficiais.

7.1. Hastear de bandeiras e as regras de precedência.

7.2. Precedência oficial e regras militares.

7.3. Precedência de chegadas e partidas de viaturas oficiais.

7.4. Precedência no interior dos carros nos cortejos e embarques.

7.5. Procedimentos cerimoniais para receção de Chefes de Estado e corpo diplomático.

7.6. Disposição formal e colocação de pessoas em cerimónias e banquetes oficiais.

7.7. Discursos.

7.8. Relações com elevados dignatários religiosos e com a realeza.

8. Planeamento do guião protocolar.

Já no Curso Técnico de Turismo 09.12, que foram lecionados três módulos e intitulam-se: “Módulo 4 - Relações Públicas no Turismo” e “Módulo 6 - Técnicas de Acolhimento e Assistência a Clientes” ambos com uma referência de duração individual de trinta e seis horas e ainda o “Módulo 7 - Qualidade nos Serviços de Informação Turística” com uma duração de referência de apenas trinta horas.

Seguidamente são identificados os objetivos de aprendizagem de cada módulo e os respetivos conteúdos programáticos.

Logo, no “**Módulo 4 - Relações Públicas no Turismo**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Reconhecer o papel e o serviço de relações públicas, no desenvolvimento e consolidação das organizações ao longo dos diferentes contextos históricos;
- Utilizar conhecimentos acerca do perfil, funções, e áreas de atuação de um relações públicas;
- Reconhecer a componente ética que deve presidir ao exercício da atividade;
- Utilizar conhecimentos de planeamento e pesquisa documental nos setores público e privado;
- Conhecer o processo, e os métodos de formação da opinião pública;
- Identificar as condicionantes presentes na formação / modificação das atitudes e a consciencialização da opinião pública.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Conceito de Relações Públicas.

1.1. Evolução do conceito ao longo do século XX.

1.2. O profissional de relações públicas: finalidades e funções.

2. Conceito de atitude.

2.1. Componentes das atitudes (cognitiva, afetiva, comportamental).

2.2. Formação e desenvolvimento das atitudes.

2.3. Modificação de atitude.

2.4. Relação entre atitude e opinião (a opinião como expressão de atitudes latentes).

3. Conceito de Opinião Pública.

4. Medição da Opinião Pública.

De acordo com o “**Módulo 6 - Técnicas de Acolhimento e Assistência a Clientes**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Aplicar os procedimentos e efetuar as operações necessárias ao acolhimento e assistência a clientes durante a estadia no destino;

- Organizar e efetuar os serviços de acolhimento de clientes tendo em conta as suas características e motivações;
- Utilizar corretamente as técnicas de atendimento personalizado;
- Manter atualizado o sistema de informação necessário para dar respostas atempadas às necessidades do cliente;
- Dispor de informação completa e atualizada sobre as atividades culturais da região e aconselhar os clientes sobre produtos e serviços de interesse turístico;
- Comunicar com o cliente nas diversas situações de interação exigidas no atendimento.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Organização dos serviços de acolhimento tendo em conta a tipologia da empresa turística.

1.1. Informação sobre os serviços a prestar.

1.2. Atendimento e informação turística.

2. Técnicas de atendimento personalizado.

2.1. Técnicas de protocolo e imagem pessoal.

2.2. Tipologias de clientes.

2.2.1. Clientes individuais.

2.2.2. Grupos de clientes.

2.2.3. Características e comportamentos típicos.

3. Processos e técnicas de venda.

3.1. Tratamento de reclamações e conflitos.

3.2. Tratamento de situações especiais.

4. A Qualidade ao serviço do acolhimento.

4.1. Assistência como atitude permanente.

5. Serviços de reservas.

5.1. Rotinas de apoio ao serviço de acolhimento e reservas.

5.2. Utilizar os principais comandos do sistema operativo de um computador necessários à gestão de ficheiros, aplicações comuns e periféricas.

No “**Módulo 7 - Qualidade nos Serviços de Informação Turística**” os objetivos de aprendizagem que cada aluno devia atingir no final do módulo eram:

- Reconhecer a importância da qualidade nos serviços de informação turística;
- Reconhecer os critérios e estratégias a implementar para a qualificação dos serviços;
- Compreender a necessidade de mudança face à competitividade da economia do turismo;
- Interiorizar a atitude de Qualidade total na prestação de serviços de informação turística.

Os conteúdos programáticos para este módulo foram:

1. Qualidade nos serviços de informação turística.

1.1. Desenvolvimento do sistema de qualidade.

1.2. Qualidade do serviço e competitividade.

1.3. Princípios da qualidade nas empresas de serviços.

2. A gestão estratégica como instrumento de apoio à mudança.

2.1. Missão.

2.2. Princípios.

2.3. Fatores de sucesso.

2.3.1. Maximizar e rentabilizar os investimentos feitos.

2.3.2. A forma como tratamos os clientes – Marketing de relações.

3. Os efeitos multiplicadores do fator Qualidade nos serviços de informação turística.

3.1. Sua importância na sustentabilidade dos destinos e dos produtos turísticos.

De salientar que a bibliografia de natureza técnico-científica, os jornais e revistas e os endereços da internet dos programas eventualmente consultados para lecionar todos os módulos supra mencionados, encontram-se indicados no Anexo III.

O método de avaliação realizado para todos os módulos, teve como base testes de avaliação, atividades práticas e trabalhos teórico-práticos propostos a todos os alunos.

4.3. REALIZAÇÃO DO PLANO INDIVIDUAL DE TRABALHO

Paralelamente à formação através das aulas que foi lecionada aos alunos, houve a necessidade da realização de Planos Individuais de Trabalho (PIT), cujo modelo do PIT encontra-se no Anexo IV, em que os objetivos são evitar o incumprimento do dever de assiduidade e recuperar aprendizagens do aluno, como forma de compensar o excesso de faltas dos próprios alunos, assim que os mesmos ultrapassaram o limite máximo de faltas legalmente estabelecido por disciplina, varia conforme a carga horária das disciplinas.

E, nesta perspectiva, o Plano Individual de Trabalho (PIT) incidiu num plano de recuperação de aprendizagens, concentrando-se estratégica e pedagogicamente nos conteúdos programáticos aos quais os alunos haviam faltado de forma excessiva, entenda-se de forma excessiva, todas as situações em que o aluno ultrapasse o limite máximo de faltas aceitável.

Foi opção do estagiário, decidir se o PIT era com realização obrigatória na escola ou sem realização obrigatória na escola, mas, por deliberação da EPNazaré, todos os alunos realizaram o PIT na escola, com apoio correspondente à disciplina a que se reportava o PIT.

No formulário PIT coube ao estagiário definir quais as aprendizagens e/ou competências que deviam ser reforçadas, bem como a descrição das atividades realizadas pelo aluno.

Foram realizados um total de quinze PIT's, correspondentes aos subsequentes cursos: CTC.09.12; CTE.10.13; CTE.09.12 e CTT.09.12.

De salientar que um aluno apenas pôde realizar um PIT por disciplina / ano letivo, e sempre que esta situação já se encontre devidamente implementada, o aluno não mais poderá fazer outro PIT nessa mesma disciplina, ficando desde então, impossibilitado de voltar a fazer outro PIT.

4.4. REALIZAÇÃO DE CRONOGRAMAS

Quando se iniciam funções para lecionar formação profissional, a esta mesma função está obrigatoriamente conexas à realização de cronogramas para todas as disciplinas e módulos lecionados, a existência dos cronogramas surge para uma maior e melhor orientação de toda a equipa pedagógica, e nem especial, do próprio orientador de turma e consequentemente do estagiário, pois de outra forma, seria mais difícil calcular a data prevista para o término de cada módulo e início de outros.

Os cronogramas já evidenciados encontram-se elaborados no Apêndice I, e os mesmos obedecem a uma estrutura lógica, isto é, primeiramente consta a identificação da turma, o ano letivo e a disciplina, e logo de seguida, o trimestre correspondente (1º; 2º; 3º), o número e a designação do módulo e a assinatura do respetivo docente.

Os cronogramas tornaram-se desta feita, uma ferramenta de apoio bastante eficaz para uma organização do trabalho pedagógico, de consulta rápida, sempre que se encontre arquivado no dossier de curso.

4.5. REALIZAÇÃO DE PLANIFICAÇÕES

Tal como os cronogramas, também as planificações das disciplinas foram imprescindíveis ferramentas de trabalho, em muito contribuíram para um bom desempenho da formação, ainda que surgiram com um propósito um pouco diferente, mas semelhante, com um plano subdividido por colunas, particularmente a identificação do módulo, os objetivos gerais, os conteúdos programáticos, as atividades e estratégias, o método de avaliação e a duração de cada módulo.

Ao nível do processo técnico-pedagógico, a existência e execução de cronogramas e planificações derivam de um dos requisitos obrigatórios que antecede a prática da formação profissional (Art.º 32.º do Decreto Regulamentar n.º 84-A/2007 de dezembro).

As planificações das disciplinas haviam sido elaboradas no início do ano letivo, pois contemplaram de forma sintética, clara e direta, o principal planeamento afeto à leção dos vários módulos ao longo de todo o ano letivo.

O Apêndice II ilustra todas as planificações executadas para todas as disciplinas e módulos lecionados.

4.6. REALIZAÇÃO DE RELATÓRIOS DE AVALIAÇÃO MENSAL

De referir que mensalmente haviam sido elaborados os relatórios de avaliação mensal, cujo objetivo primordial foi a avaliação geral da turma, destacando-se os itens infra: capacidade de trabalho; realização de trabalhos de grupo e de casa; interesse e participação; atitude e comportamento; pontualidade e assiduidade e a organização (ter o material necessário à disciplina), existe ainda o item das situações a destacar, cujo preenchimento depende do facto de haver alguma situação especial a reportar, sendo neste sentido facultativo. Portanto, todos os parâmetros antes referidos encontram-se no Modelo de Relatório e Avaliação Mensal presente no Anexo V.

Mais, nestes relatórios também era elaborada a proposta do aluno do mês, devidamente fundamentada e justificada, pois, mensalmente é nomeado o aluno do mês, decisão tomada pela reunião de Conselho Pedagógico.

Estes relatórios eram enviados para o orientador de turma até ao dia 23 de cada mês, e que correspondiam ao mês corrente da data de entrega. Desta forma, houve um controlo e monitorização mais eficazes e credíveis da evolução das turmas, para que pudessem ser tomadas medidas de carácter preventivo e corretivo a serem aplicadas aos alunos em questão.

4.7. REUNIÕES DE CONSELHO DE TURMA

No final de cada período letivo, primeiro, segundo e terceiro período, respetivamente, tiveram lugar as reuniões de Conselho de Turma, que, para além da sua obrigatoriedade legal, o seu propósito era o de fazer um ponto de situação dos alunos, quer a nível do seu aproveitamento, quer a nível de comportamento e assiduidade, registando-se aquela que foi a sua evolução ou nalguns casos, regressão. Sempre que necessário, definiram-se medidas corretivas como o intuito de melhorar o comportamento geral dos alunos, e nalgumas das reuniões, a título de exemplo, procedeu-se à alteração dos lugares dos alunos em diversas turmas, decisão acordada em plenário.

4.8. ORGANIZAÇÃO E PROMOÇÃO DE ATIVIDADES PEDAGÓGICAS E SESSÕES TÉCNICAS

É de extrema importância que qualquer que seja a escola profissional fomente um papel dinamizador e criativo junto de toda a comunidade escolar, em especial, os alunos, para que estes sejam os principais *players* das atividades promovidas, e a EPNazaré é disso um notável exemplo.

Mais, o ensino profissional incita na sua própria génese, esta sinergia entre a escola e eventuais parcerias com empresas do setor do turismo e hotelaria, para que os alunos sejam estimulados para um espírito empreendedor, e reflitam a necessidade de serem jovens com um papel ativo no mercado de trabalho.

De referir que a coordenadora dos Cursos Técnicos de Organização de Eventos e Comunicação, Marketing e Relações-públicas, Carla Cachola, foi responsável para a elaboração do Pano Anual de Atividades (PAA) no início do ano letivo para os cursos antes mencionados, o qual se encontra no Anexo VI, tendo sido a aprovação do PAA executada pelo diretor Pedagógico, Mário Vidal.

Deste modo, houve a concretização de duas atividades que mereceram um papel de destaque, “EPNazaré Experience 2012”, que teve lugar no dia 14 e 15 de março do presente ano. A responsabilidade a nível de coordenação incidiu na organização e gestão

deste evento, incluindo uma participação proactiva em todas as fases, sendo elas, o pré-evento, evento e pós-evento.

O objetivo primordial foi dar a conhecer às escolas convidadas, a natureza de cada curso profissional, em que cada turma teve o seu espaço de acordo com o que efetivamente os cursos correspondentes habilitam a nível das saídas profissionais. Deste modo, foram utilizadas para o efeito, ferramentas e recursos disponíveis, próprios das atividades implementadas e dinamizadas, para que a divulgação dos diversos cursos conseguisse uma notoriedade e projeção sustentáveis, junto daqueles que são considerados os potenciais alunos, num futuro bastante próximo. A planificação detalhada deste evento encontra-se presente no Apêndice III.

A outra atividade incorreu na elaboração de um Clipping, de seu nome, “EPN Responsabilidade Social”, data de 11 de maio de 2012. O curso que realizou o Clipping havia sido CTE.10.13, dado que no módulo lecionado, as Disciplinas de Marketing, estava compreendido o Marketing Social e de Organizações sem Fins Lucrativos.

Foi neste contexto, que surgiu a ideia da concretização de uma curta metragem, totalmente baseada no comportamento e responsabilidade sociais que, cada vez mais, merecem uma atenção redobrada por parte da sociedade, e em especial da camada jovem. Foi executada uma análise aos temas que estrategicamente deveriam constar e protagonizar o Clipping, desta feita, os temas trabalhados foram a violência doméstica, o álcool e as drogas e no final foi feita uma apresentação aos cursos de CTM.11.14, CTE.09.12 e CTT.09.12, com o intuito de fazer um apelo consciencioso e de alguma forma, moral.

A planificação completa desta atividade encontra-se no Apêndice IV.

Todavia, a concretização de sessões técnicas facultaram sobretudo pela sua fundamentação, uma maior aproximação existente entre os alunos e os oradores convidados para presidirem as sessões técnicas, de acordo sua especialidade académica e profissional, o que por seu turno, possibilitou às turmas envolvidas uma interação autêntica com a realidade profissional das suas áreas de estudo.

De salientar que os alunos estiveram visivelmente atentos, interessados e motivados sempre que houve uma sessão técnica na EPNazaré, tal facto poderia estar relacionado com o “efeito novidade” quer dos oradores quer ainda, da pertinência, inovação e empreendedorismo característicos das temáticas expostas.

Destacam-se como principais sessões técnicas as seguintes: “Animação e Marketing nos Destinos Turísticos” e “Auto motivação como fator para o sucesso”, “III Seminário Hotelaria, Turismo e Eventos” todas direcionadas para os cursos de CTE.10.13, CTE.09.12 e CTT.09.12; “Legislação Turística” também para o curso de CTT.09.12; “Protocolo” e “Como se constrói um grande evento?” direcionadas para os cursos de CTM.11.14, CTE 10.13 E CTE.09.12; a “Feira do Turismo” a cargo do curso de CTT.09.12; e a tertúlia “Turismo e eventos – Que relação com a Nazaré?” ou “Como um evento pode potenciar um Destino Turístico (implementação de uma PAP) ” Ou “Nazaré, Eventos e Turismo” segmentado para os quatros cursos, CTM.11.14, CTE.10.13, CTE.09.12 e CTT.09.12;

Toda informação pormenorizada acerca das sessões técnicas já referidas, reside no Anexo VIII.

4.9. ORIENTAÇÃO DE ESTÁGIOS

Os estágios curriculares têm uma função de articulação entre a vida académica e a vida profissional, resultante do mercado de trabalho. A possibilidade de realizar estágios ao longo do percurso formativo, possibilita acima de tudo, que os alunos possam na realidade articular as teorias, técnicas e conceitos adquiridos em contexto escolar, colocando-os em ação nas inúmeras atividades práticas, na formação em contexto de trabalho.

Os estágios permitem uma valorização da componente prática e metodológica, razão pela qual o estágio não pode em caso algum, estar desvinculado da formação associada ao futuro profissional, pois o estágio complementa eficazmente a formação dos alunos.

A importância da realização de estágios curriculares é amplamente reconhecida e valorizada na formação dos alunos, daí que cada vez mais seja matéria que merece especial destaque.

Deste modo, a prática efetiva do estágio rege-se de acordo com o Regulamento de Formação em Contexto de Trabalho (FCT) definido pela EPNazaré, que se encontra no Anexo VII. Este é composto pelo seu âmbito e definição, em que a Formação em Contexto de Trabalho (FCT) pressupõe que o aluno estagiário desenvolva uma série de

atividades de cariz técnico e prático, de acordo com as instruções que lhe haviam sido dadas pelo monitor de estágio. É na FCT que o aluno estagiário tem a oportunidade de mostrar os seus conhecimentos técnicos, que até então adquiriu ao longo do seu percurso académico.

A tipologia das tais atividades realizadas em contexto de FCT, em tudo se assemelha com aquelas que futuramente virão a desempenhar aquando do término do curso, isto é, equiparam-se às saídas profissionais do curso em questão.

São ainda delegadas competências e atribuições por parte do Diretor que designa o professor orientador, por parte da EPNazaré que assegura a realização da FCT ao abrigo da legislação, assegurando também, todos os procedimentos relativos ao bom funcionamento da FCT, e as devidas articulações a EPNazaré e a Entidade Recetora, bem como a distribuição dos alunos estagiários pelas entidades onde irão realizar a FCT.

No regulamento estão devidamente definidas as competências e atribuições respeitantes ao diretor, à EPNazaré, ao coordenador de curso, ao professor orientador, à entidade acolhedora da FCT e do monitor da entidade acolhedora de FCT e por fim, do respetivo aluno.

Também o Regulamento de FCT estipula as disposições gerais, organização, o protocolo de colaboração que é celebrado entre a entidade da FCT, a escola e o aluno formando, bem como a planificação da FCT, em que estão determinados o total de horas por cada ano de formação, tendo como critérios, a carga de esforço e grau de exigência, em que no primeiro ano o número é de cento e sessenta horas (15%), no segundo ano trezentas e vinte horas (35%) e no terceiro ano quatrocentos e oitenta horas (50%) a assiduidade, a avaliação e finalmente o disposições legais sempre que haja incumprimento das partes envolvidas no protocolo assinado.

A FCT ocorreu em empresas ou organizações na área da qual , por vezes, provinham os alunos, assumindo uma duração que varia consoante as etapas dos diferentes anos de formação.

Houve um número suficiente de entidades disponíveis para receber todos os alunos candidatos a FCT, tendo sido por isso, um dos aspetos positivos e facilitadores em todas as fases deste processo.

Assim, foram orientados estágios de alunos provenientes de três turmas, CTE.10.13, CTT.09.12 e CTE.09.12, com maior incidência de alunos desta última turma, com um

número total de onze alunos, ainda que houvesse alguns alunos que até então, não obtiveram os requisitos mínimos para a realização da FCT no presente ano letivo. A distribuição de alunos estagiários pelos docentes orientadores, teve como critério base, as zonas geográficas, motivo pelo qual, a zona Oeste e Nazaré foram as regiões onde a maioria dos estagiários efetuou a sua FCT.

Segue a tabela com o nome dos alunos estagiários e as respetivas designações das empresas recetoras, infra:

Nome do Aluno Estagiário	Curso/Turma	Local de Estágio
Neuza Eustáquio	CTE.09.12	Biblioteca da Nazaré – Nazaré
Susana Romão	CTE.09.12	Biblioteca da Nazaré – Nazaré
Mauro Nunes	CTE.09.12	Campo Aventura Júnior Resort - Olho Marinho
Carolina Martins	CTE.09.12	Campo Aventura Júnior Resort - Olho Marinho
Carla Romão	CTE.09.12	Cenas e Livros – Nazaré
Saúl Farracho	CTE.09.12	Parque dos Monges – Alcobaça
Ana Rita Esperança	CTE.09.12	Adventure By You – Nazaré
Ana Maria Pires	CTE.09.12	Célula e Membrana – Leiria
Stefanni Santos	CTT.09.12	Adventure By You - Nazaré
Deanne Patrício	CTE.10.13	Campo Aventura Júnior Resort - Olho Marinho
Mariana Reis	CTE.10.13	Campo Aventura Júnior Resort - Olho Marinho

Tabela 4.4: Distribuição dos alunos estagiários nas empresas recetoras.

De acordo com o previsto no Regulamento de FCT, o orientador der estágio tem como funções a monitorização dos alunos ao longo da duração do estágio, certificando-se que tudo decorre em conformidade com o estagiário e a entidade recetora.

De referir que os alunos que se encontraram em estágio, tiveram de elaborar os seus relatório de estágio, o relatório intercalar e final, nos quais descreveram de forma detalhada, o exercício de todas as tarefas executadas e ainda, os conhecimentos e competências profissionais adquiridas que posteriormente foram demonstrados no

decorrer do período de estágio. Esses mesmos relatórios foram alvo de um acompanhamento a cargo do supervisor de estágio.

No final da FCT, o monitor atribuiu uma classificação final ao estagiário que varia numa escala numérica de zero a vinte valores, sendo o monitor autónomo para executar essa mesma avaliação, dado que foi este quem monitorizou todo o período de estágio. No final do curso, esta classificação da FCT fará média ponderada com a média final do curso, segundo a legislação em vigor.

A monitorização dos estágios envolveu três reuniões para cada aluno estagiário, ou seja, a primeira reunião foi antes da data de início do estágio, em que acompanhei os alunos ao seu local de estágio. Esta primeira reunião serviu acima de tudo, para que os alunos estagiários pudessem conhecer aquele que foi o seu local de estágio, permitindo aos mesmos, uma visão geral do tipo de entidade com a qual colaboraram, bem como as regras de conduta profissional adotadas e ainda, para celebrar o Protocolo Formação em Contexto de Trabalho de colaboração entre a entidade recetora, a escola e o aluno formando e também o Plano de Formação em Contexto de Trabalho, o modelo de ambos os documentos encontram-se nos Anexos VIII e IX, respetivamente.

Na segunda reunião, a mesma foi feita com a presença do monitor de estágio, ao qual estão sob a alçada os alunos estagiários, aferindo a sua atual performance, certificando-me que não houveram quaisquer irregularidades antes cometidas, e se existissem, ter-se-iam implementado estratégias para resolver as lacunas constatadas.

Por último, a terceira reunião, resultou do último encontro formal com a presença do aluno estagiário e também do monitor de estágio da entidade recetora, na qual é entregue ao supervisor de estágio, a apreciação global e qualitativa do aluno estagiário, bem como o balanço final, resultado de todo o trabalho, empenho e dedicação por parte do aluno estagiário.

4.10. MÉTODO DE AVALIAÇÃO

É essencial que em qualquer atividade profissional, haja um instrumento de avaliação que permita aferir o grau de empenho, esforço e dedicação de um profissional numa área na qual cumpre as suas funções laborais.

No decorrer do estágio na EPNazaré, houve lugar a uma avaliação de desempenho trimestral, realizada no mês de março, altura em que o estágio já estava próximo do fim, a três meses, concretamente.

No caso em concreto, a prestação neste estágio, esteve entre outros elementos, ao abrigo de um método de avaliação qualitativa, mais concretamente um inquérito por questionário, como instrumento de avaliação, tendo sido devidamente preenchido pelos alunos, aos quais foi ministrada formação na área do Marketing e do Turismo, possibilitando aos mesmos, que pudessem expressar a sua sincera opinião acerca da prestação do estagiário.

A estrutura do inquérito por questionário regeu-se por diversos itens de índole pedagógica, em que foram avaliadas diversas dimensões que se cruzam com a atividade da formação profissional, onde é privilegiada a opinião dos alunos face à tipologia de aulas lecionadas.

O modelo inquérito por questionário encontra-se evidenciado na Figura 3, tendo sido o mesmo modelo utilizado para as quatro turmas/cursos, no qual estão presentes os dez itens que, por sua vez, se dividem por várias secções.

4.10.1. Modelo Inquérito por Questionário

Avaliação CTM.11.14 - Ano Letivo 2011-2012

Faz a avaliação dos docentes e serviços da Escola Profissional da Nazaré

***Obrigatório**

Vasco Santos - MRK *				
	Insuficiente	Médio	Bom	Excelente
Objetivos do Módulo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conteúdos do Módulo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estruturação do Programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilidade Conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motivação dos Alunos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades dos Alunos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pontualidade e Assiduidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relacionamento com os Alunos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos Utilizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Documentação Distribuída	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Figura 3: Modelo Inquérito por Questionário

4.10.2. Avaliação Trimestral de Disciplina/Docente

Para aferir a avaliação trimestral das disciplinas por docente, seguem-se então, os gráficos e as respetivas percentagens devidamente separadas pelas disciplinas e turmas correspondentes, nas quais decorreu a formação na área do marketing e do turismo.

A designação das turmas e disciplinas apresenta-se sob forma de nomenclatura concebida pela EPNazaré, isto é, CTE.09.12 e CTE.10.13 designa a turma do Curso Técnico de Organização de Eventos e a disciplina de “MRK” – Marketing e Comunicação, CTT.09.12 corresponde à turma do Curso Técnico de Turismo e a disciplina “TCA” – Técnicas de Comunicação em Acolhimento Turístico, e por último, a turma de CTM.11.14, Curso Técnico de Marketing, Relações Públicas e Publicidade com a disciplina de “MRK” – Marketing.

Toda a documentação relativa aos demais gráficos foi gentilmente cedida pela EPNazaré, após terem sido ultimados pelo Gabinete de Apoio Pedagógico.

Após a apresentação dos gráficos, foi executada uma análise de resultados obtidos em função de todos os itens afetos à avaliação.

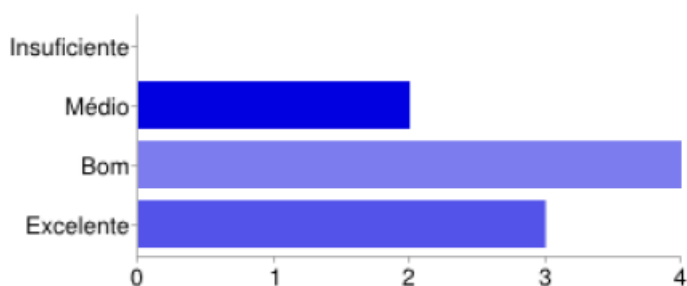
Os resultados aqui analisados não são a única forma de avaliação do desempenho do estagiário. Contudo, são um instrumento importante, em conjunto com outros, para a definição e implantação de medidas corretivas que surjam como necessárias.

Quanto aos gráficos, importa esclarecer que no Eixo Horizontal surgem os itens do questionário, onde:

- 1 = Objetivos do Módulo
- 2 = Conteúdos do Módulo
- 3 = Estruturação do Programa
- 4 = Utilidade dos Conteúdos
- 5 = Motivação dos Alunos
- 6 = Atividades dos Alunos
- 7 = Relacionamento entre os Alunos
- 8 = Pontualidade e assiduidade do docente / formador
- 9 = Relacionamento com os Alunos
- 10 = Recursos Utilizados
- 11 = Documentação Distribuída

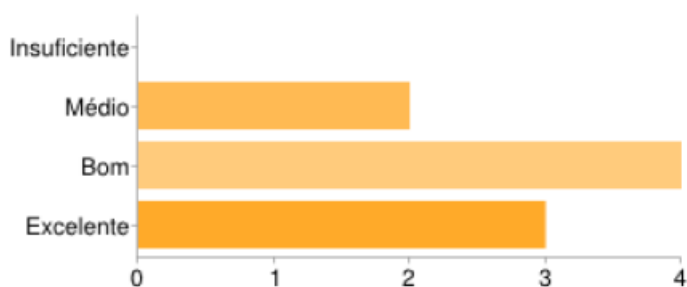
A escala utilizada no preenchimento é uma escala tipo Likert de 4 pontos, com descrição no ponto mínimo (1) e no ponto máximo (4). As respostas nulas ou não respostas não foram consideradas no tratamento dos dados.

Vasco Santos - MRK - Objetivos do Módulo



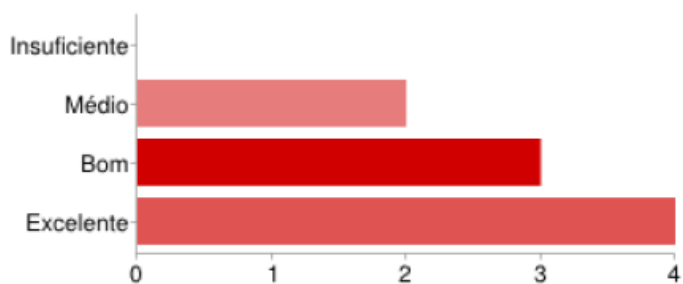
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	4	44%
Excelente	3	33%

Vasco Santos - MRK - Conteúdos do Módulo



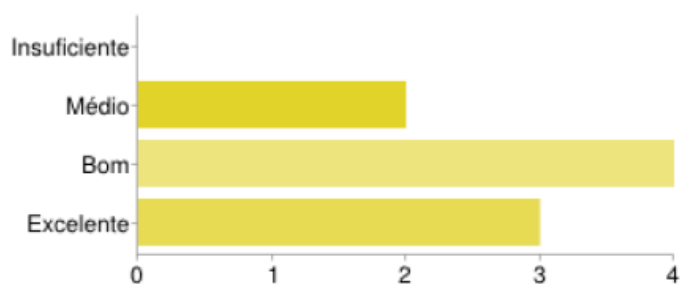
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	4	44%
Excelente	3	33%

Vasco Santos - MRK - Estruturação do Programa



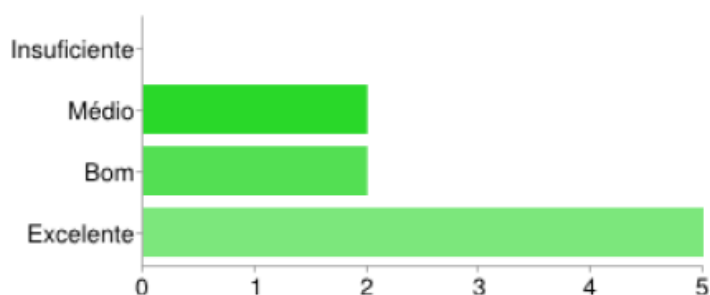
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	3	33%
Excelente	4	44%

Vasco Santos - MRK - Utilidade Conteúdos



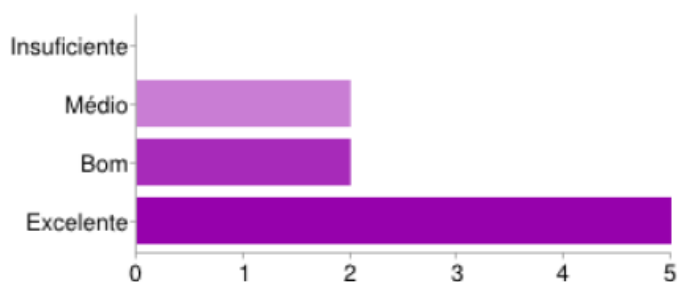
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	4	44%
Excelente	3	33%

Vasco Santos - MRK - Motivação dos Alunos



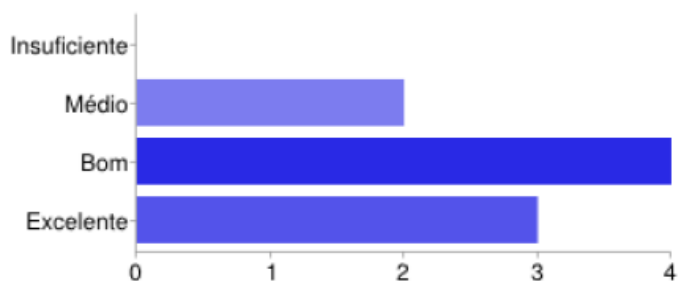
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	2	22%
Excelente	5	56%

Vasco Santos - MRK - Atividades dos Alunos



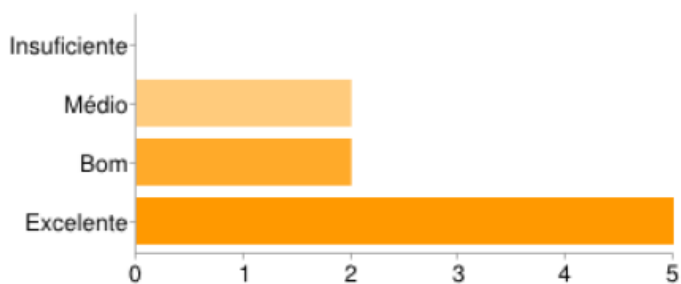
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	2	22%
Excelente	5	56%

Vasco Santos - MRK - Pontualidade e Assiduidade



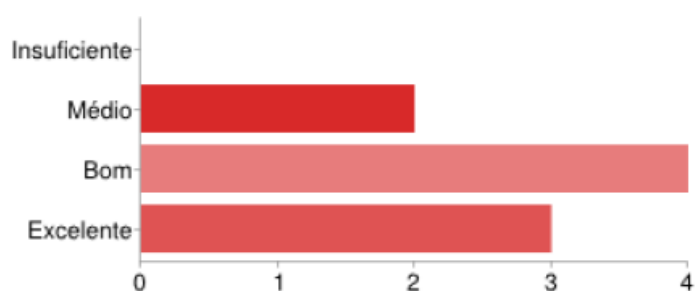
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	4	44%
Excelente	3	33%

Vasco Santos - MRK - Relacionamento com os Alunos



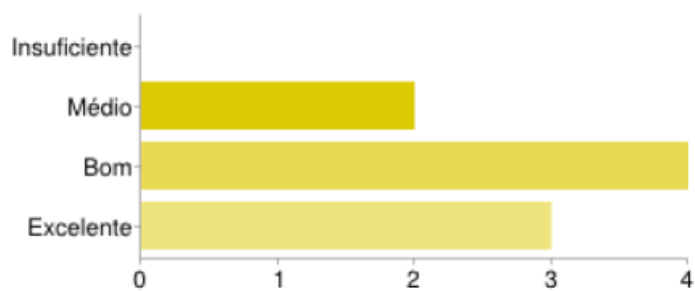
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	2	22%
Excelente	5	56%

Vasco Santos - MRK - Recursos Utilizados



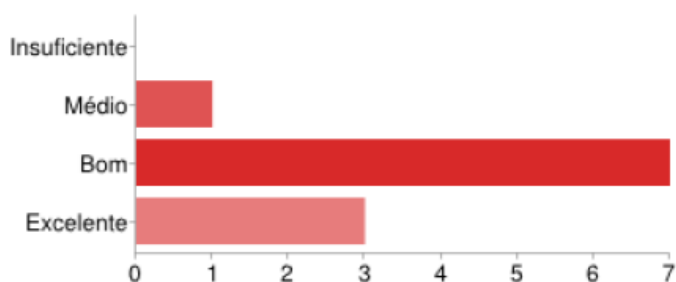
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	4	44%
Excelente	3	33%

Vasco Santos - MRK - Documentação Distribuída



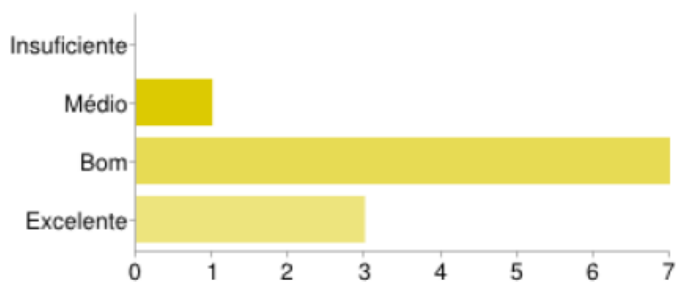
Insuficiente	0	0%
Médio	2	22%
Bom	4	44%
Excelente	3	33%

Vasco Santos - TCA - Objetivos do Módulo



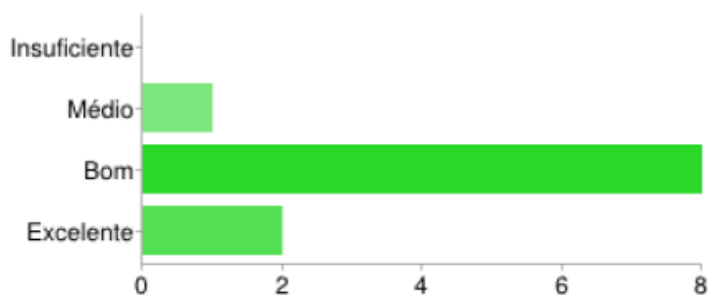
Insuficiente	0	0%
Médio	1	9%
Bom	7	64%
Excelente	3	27%

Vasco Santos - TCA - Conteúdos do Módulo



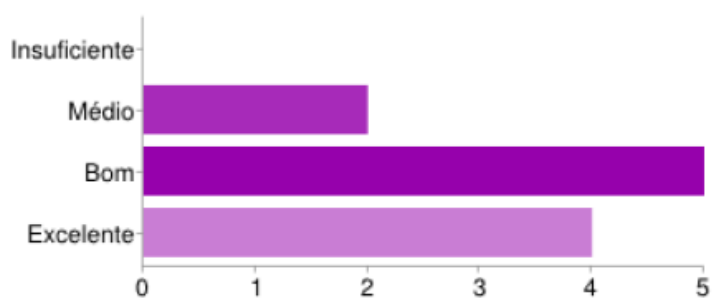
Insuficiente	0	0%
Médio	1	9%
Bom	7	64%
Excelente	3	27%

Vasco Santos - TCA - Estruturação do Programa



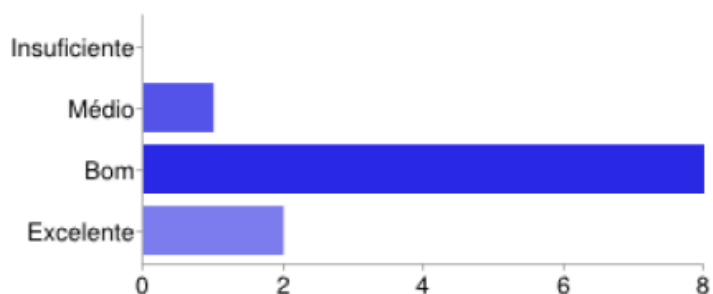
Insuficiente	0	0%
Médio	1	9%
Bom	8	73%
Excelente	2	18%

Vasco Santos - TCA - Utilidade Conteúdos



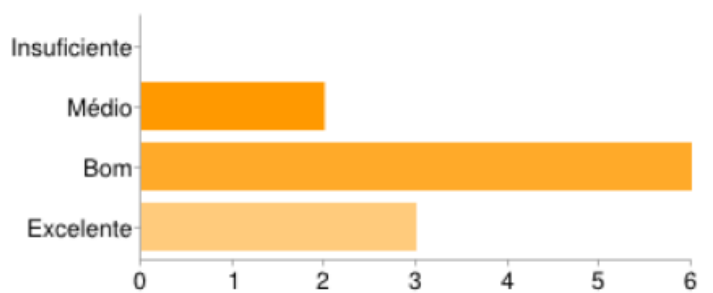
Insuficiente	0	0%
Médio	2	18%
Bom	5	45%
Excelente	4	36%

Vasco Santos - TCA - Motivação dos Alunos



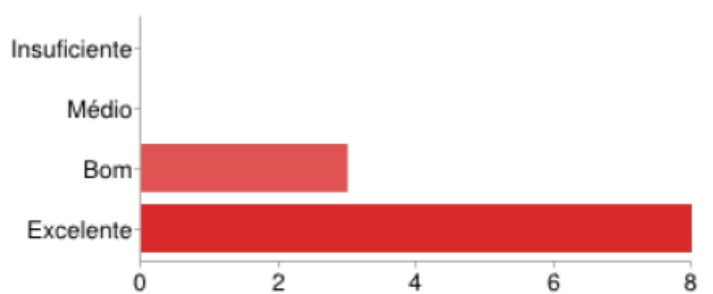
Insuficiente	0	0%
Médio	1	9%
Bom	8	73%
Excelente	2	18%

Vasco Santos - TCA - Atividades dos Alunos



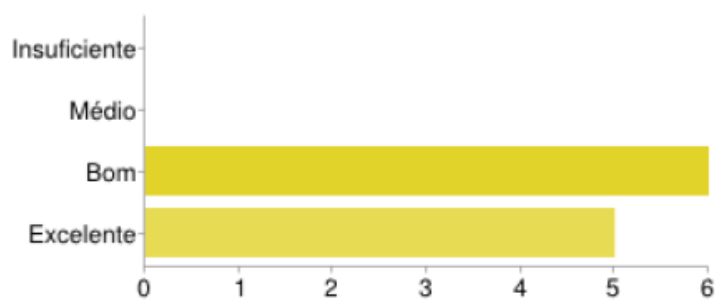
Insuficiente	0	0%
Médio	2	18%
Bom	6	55%
Excelente	3	27%

Vasco Santos - TCA - Pontualidade e Assiduidade



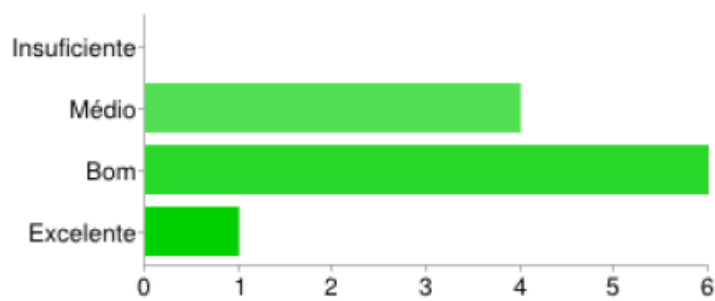
Insuficiente	0	0%
Médio	0	0%
Bom	3	27%
Excelente	8	73%

Vasco Santos - TCA - Relacionamento com os Alunos



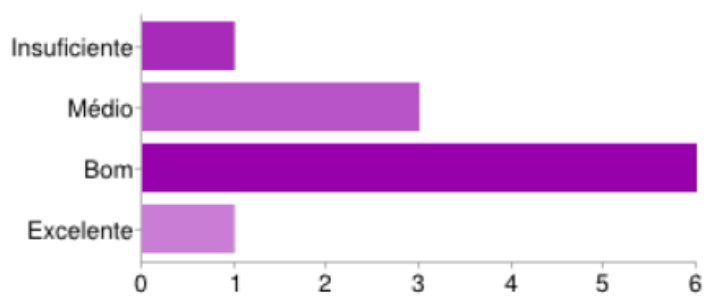
Insuficiente	0	0%
Médio	0	0%
Bom	6	55%
Excelente	5	45%

Vasco Santos - TCA - Recursos Utilizados



Insuficiente	0	0%
Médio	4	36%
Bom	6	55%
Excelente	1	9%

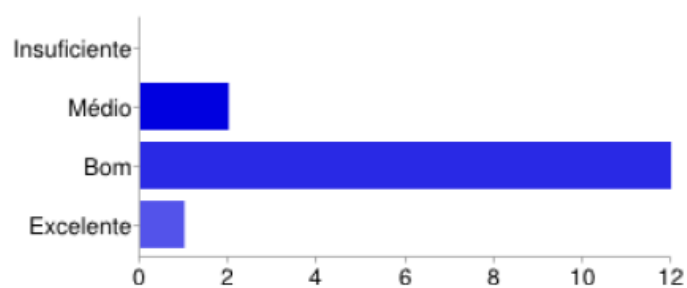
Vasco Santos - TCA - Documentação Distribuída



Insuficiente	1	9%
Médio	3	27%
Bom	6	55%
Excelente	1	9%

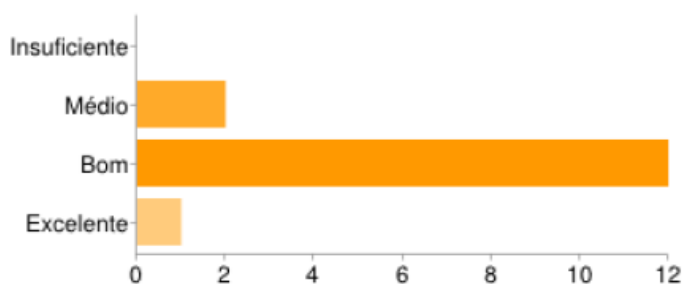
AVALIAÇÃO CTE.10.13

Vasco Santos - MRK - Objetivos do Módulo



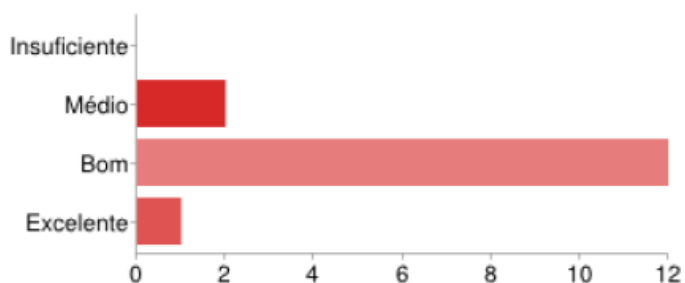
Insuficiente	0	0%
Médio	2	13%
Bom	12	80%
Excelente	1	7%

Vasco Santos - MRK - Conteúdos do Módulo



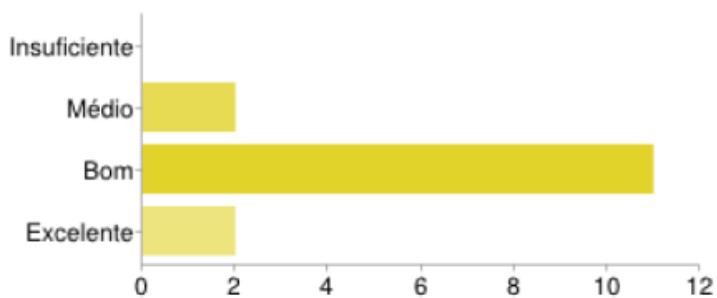
Insuficiente	0	0%
Médio	2	13%
Bom	12	80%
Excelente	1	7%

Vasco Santos - MRK - Estruturação do Programa



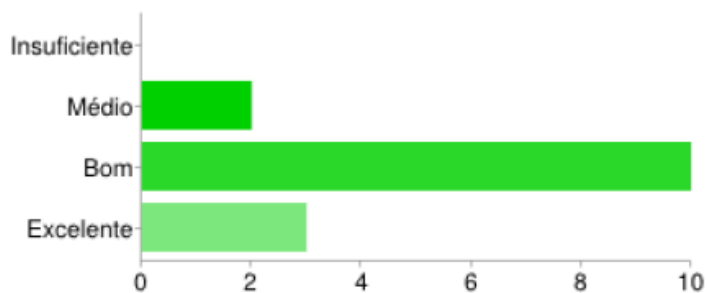
Insuficiente	0	0%
Médio	2	13%
Bom	12	80%
Excelente	1	7%

Vasco Santos - MRK - Utilidade Conteúdos



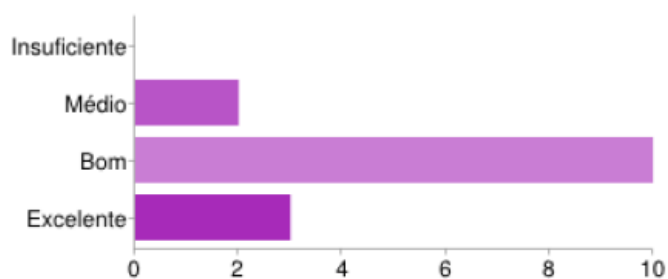
Insuficiente	0	0%
Médio	2	13%
Bom	11	73%
Excelente	2	13%

Vasco Santos - MRK - Motivação dos Alunos



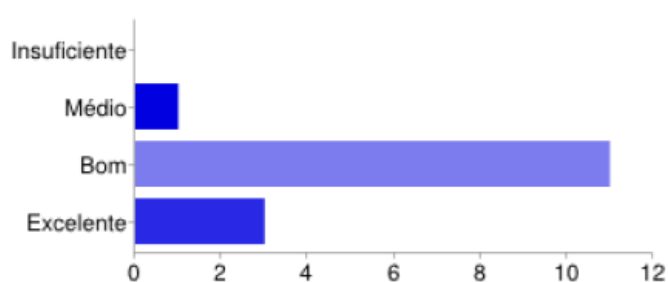
Insuficiente	0	0%
Médio	2	13%
Bom	10	67%
Excelente	3	20%

Vasco Santos - MRK - Atividades dos Alunos



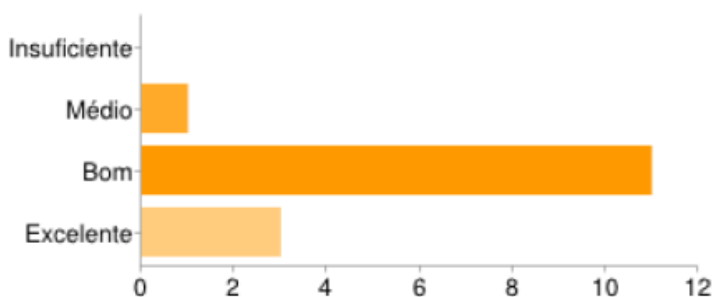
Insuficiente	0	0%
Médio	2	13%
Bom	10	67%
Excelente	3	20%

Vasco Santos - MRK - Pontualidade e Assiduidade



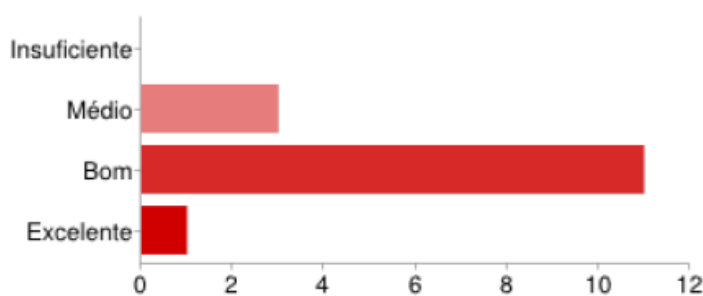
Insuficiente	0	0%
Médio	1	7%
Bom	11	73%
Excelente	3	20%

Vasco Santos - MRK - Relacionamento com os Alunos



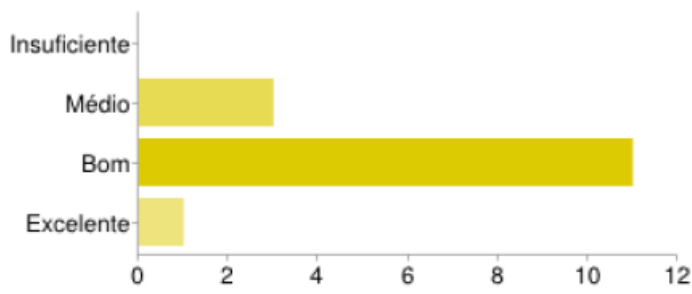
Insuficiente	0	0%
Médio	1	7%
Bom	11	73%
Excelente	3	20%

Vasco Santos - MRK - Recursos Utilizados



Insuficiente	0	0%
Médio	3	20%
Bom	11	73%
Excelente	1	7%

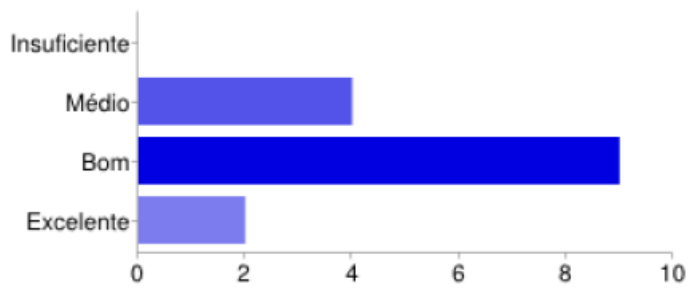
Vasco Santos - MRK - Documentação Distribuída



Insuficiente	0	0%
Médio	3	20%
Bom	11	73%
Excelente	1	7%

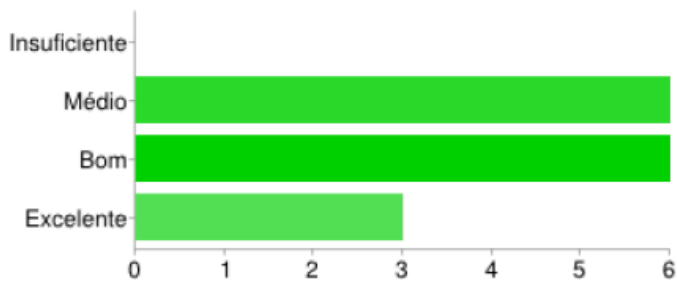
AVALIAÇÃO CTM.11.14

Vasco Santos - MRK - Estruturação do Programa



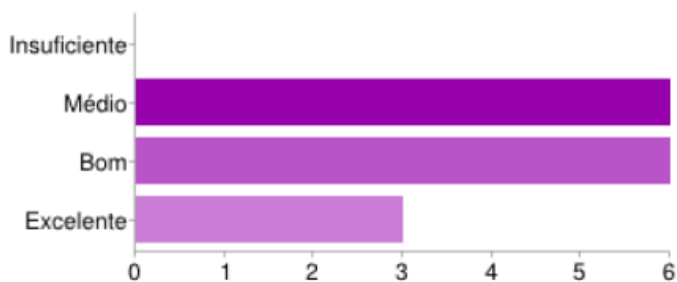
Insuficiente	0	0%
Médio	4	27%
Bom	9	60%
Excelente	2	13%

Vasco Santos - MRK - Objetivos do Módulo



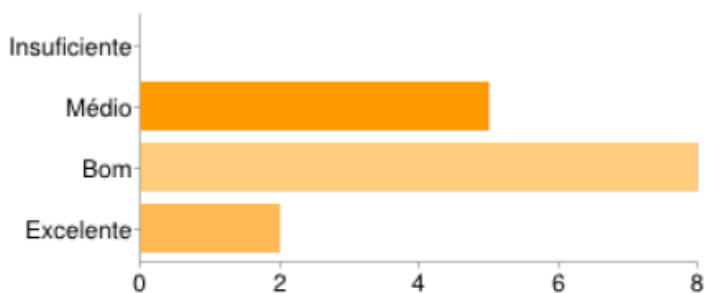
Insuficiente	0	0%
Médio	6	40%
Bom	6	40%
Excelente	3	20%

Vasco Santos - MRK - Conteúdos do Módulo



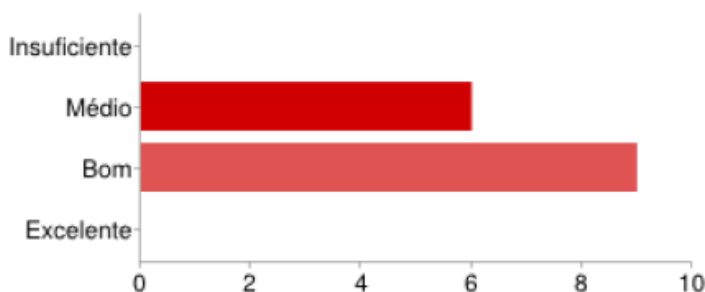
Insuficiente	0	0%
Médio	6	40%
Bom	6	40%
Excelente	3	20%

Vasco Santos - MRK - Utilidade Conteúdos



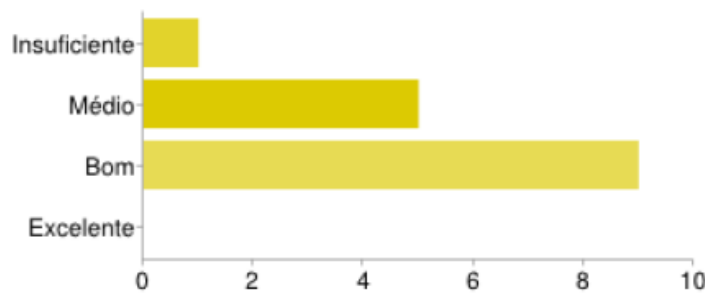
Insuficiente	0	0%
Médio	5	33%
Bom	8	53%
Excelente	2	13%

Vasco Santos - MRK - Motivação dos Alunos



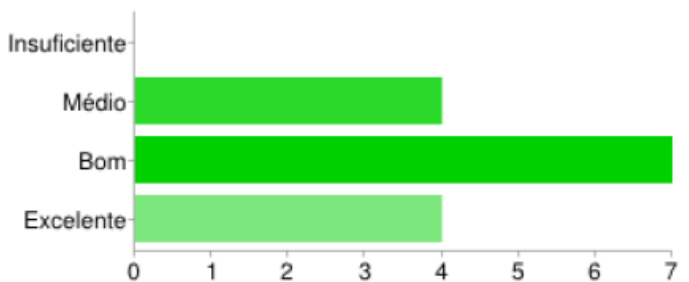
Insuficiente	0	0%
Médio	6	40%
Bom	9	60%
Excelente	0	0%

Vasco Santos - MRK - Atividades dos Alunos



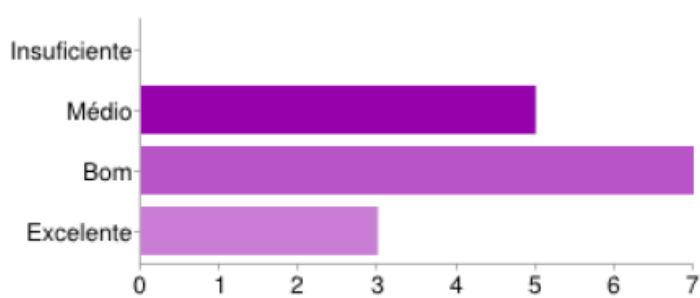
Insuficiente	1	7%
Médio	5	33%
Bom	9	60%
Excelente	0	0%

Vasco Santos - MRK - Pontualidade e Assiduidade



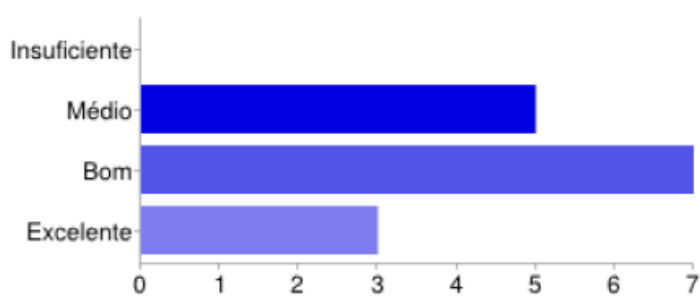
Insuficiente	0	0%
Médio	4	27%
Bom	7	47%
Excelente	4	27%

Vasco Santos - MRK - Relacionamento com os Alunos



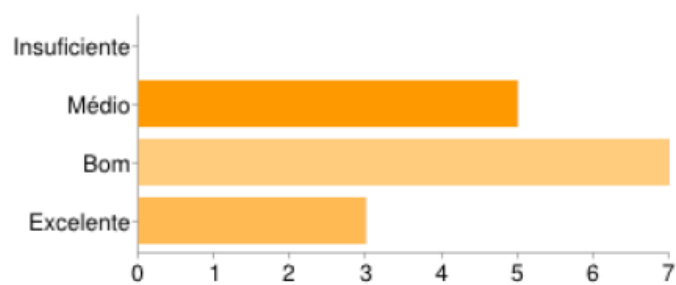
Insuficiente	0	0%
Médio	5	33%
Bom	7	47%
Excelente	3	20%

Vasco Santos - MRK - Recursos Utilizados



Insuficiente	0	0%
Médio	5	33%
Bom	7	47%
Excelente	3	20%

Vasco Santos - MRK - Documentação Distribuída



Insuficiente	0	0%
Médio	5	33%
Bom	7	47%
Excelente	3	20%

4.10.3. Análise de Resultados

Procedendo a uma análise qualitativa de resultados a nível global, as conclusões obtidas incorreram na avaliação dos quarenta itens que se agrupam na disciplina de Marketing do Curso Técnico de Marketing, Relações-Públicas e Publicidade 11.14, na disciplina de Marketing e Comunicação pertencente aos Cursos Técnicos de Organização de Eventos

10.13 e 09.12, e ainda, na disciplina de Técnicas de Comunicação em Acolhimento Turístico, do Curso Técnico de Turismo 09.12.

Assim sendo, tal como é possível comprovar nos gráficos resultantes dos inquéritos por questionário preenchidos pelos alunos, na esmagadora maioria de todos os itens, designadamente “Objetivos do Módulo”, “Conteúdos do Módulo”, “Estruturação do Programa”, “Utilidade dos Conteúdos”, “Motivação dos Alunos”, “Atividades dos Alunos”, “Pontualidade e Assiduidade”, “Relacionamento com os Alunos”, “Recursos Utilizados” e por fim, “Documentação Distribuída” a maioria dos alunos considerou o ponto 3 - Bom e o ponto 4 - Excelente os mais adequados para avaliar a performance do formador estagiário. Logo de seguida, o ponto 2 – Médio foi o que por ordem decrescente, obteve a restante cotação.

É legítimo concluir que as menções de Bom e Excelente foram as que, em todos os parâmetros, obtiveram sempre a maioria das respostas por parte dos alunos inquiridos, maioritariamente situadas entre nos 77%.

Note-se que no total dos quarenta itens avaliados nas quatro diferentes turmas, houveram excecionalmente dois itens “Documentação Distribuída” com apenas 9% de respostas e “Atividades dos Alunos” com a minoria 7% de resposta que recaíram num Insuficiente, equivalente ao ponto 0, no curso de CTT.09.12 e de CTM.11.14, respetivamente.

Considera-se então, que houve uma sinergia muito positiva e simultaneamente qualitativa, sob o ponto de vista dos alunos durante as aulas que lhe foram lecionadas no durante o ano letivo 2011/2012.

CAPÍTULO V – CONCLUSÕES, REFLEXÃO E LINHAS DE INVESTIGAÇÃO

5.1. CONCLUSÕES GERAIS

O ensino e a formação profissional mereceram desde a sua implementação, um papel demasiado preponderante a vários níveis, tais como, histórico a partir da revolução industrial até aos dias de hoje, económico através dos métodos, processos e técnicas de trabalho desenvolvidas no setor industrial e a nível social. O ensino influenciou a mobilidade das classes sociais populares, após a época em que surge um sistema educativo diferenciado, o ensino técnico profissional, que permitiu desde então, a afirmação posições profissionais nunca antes concretizadas.

Historicamente, a década entre os anos 70 e 80 foi marcada por uma profunda reforma na área do ensino em Portugal, com a geração do ensino tecnológico e profissional, um novo rumo e conjuntamente uma nova alternativa ao nível do ensino secundário, comumente entendida como uma modalidade do ensino que, ao longo do tempo começa a fazer parte da multiplicidade da oferta formativa do ensino secundário, a que tão bem assistimos na modernidade.

O ensino e a formação constituem a pedra basilar da cultura e identidade do ser humano, mas acima de tudo, enquanto profissionais, pois, permite-nos diferenciar dos restantes que operam em áreas similares. Quanto mais sólida for a formação técnica e profissional, mais autónomos se tornam os alunos, dotados de meios, técnicas e ferramentas que lhe permitem atuar com êxito em várias situações laborais, de acordo com as constantes exigências impostas pelo mercado de trabalho.

As ofertas formativas das escolas profissionais encontram-se maioritariamente voltadas para as atuais e emergentes exigências no contexto empresarial, apostando estrategicamente em cursos cujas saídas profissionais sejam alvo de procura por parte dos empregadores, criando com este intuito, uma alternativa de formação aliada à valorização e reconhecimento pessoal e social dos jovens alunos que viram a sua escolaridade obrigatória cessada.

Os objetivos dos cursos profissionais, em muito contribuem para um desenvolvimento proactivo das capacidades de índole pessoal e profissional dos alunos, para a prática do exercício de uma determinada profissão, demonstrando os cursos profissionais, com um crescimento exponencial à escala nacional.

A EPNazaré é um notável exemplo de que o ensino profissional poderá ser uma aposta ganha por parte dos alunos, caso decidam ingressar nesta modalidade de ensino, bastante voltado para a vertente prática e para o mercado de trabalho, não excluindo a hipótese dos alunos virem futuramente a ingressar no ensino superior se assim o desejarem.

As escolas profissionais e particularmente a EPNazaré, encontram-se somente especializadas para este tipo de ensino, a formação profissional, privilegiando o tipo de ofertas formativas para as quais estão segmentadas, sempre com especial atenção para corresponderem às necessidades e lacunas de trabalho expressas através das empresas locais, regionais e, por vezes, nacionais ou até mesmo internacionais. Na EPNazaré constatou-se que existe uma construção sustentável da oferta formativa e educativa, constituindo portanto, um desafio de peso ao nível do seu posicionamento a nível local e regional.

A prática da formação profissional na área do marketing e turismo, a essência do estágio transato, tornou possível a interiorização de uma série de aptidões e competências, que possibilitaram um desempenho de funções e atividades traduzidos com uma maior segurança, qualidade e destreza.

Importa ainda referir que os resultados extraídos dos inquéritos, foram bastante categóricos, concluindo-se então, que a esmagadora maioria dos alunos considerou a avaliação do desempenho do estagiário com Bom e Excelente, seguindo-se depois a menção de Médio.

Também as atividades concebidas demonstraram rigor e profissionalismo por parte dos alunos envolvidos e mostraram-se sempre disponíveis, superando assim, as expectativas iniciais, foram sem dúvida, excelentes *players*.

Para rematar, o ensino profissional catapulta a carreira profissional dos jovens que, no seu percurso académico, optaram por esta via de ensino teórico-prático. É imperativo educar para um trabalho, uma profissão, coexistindo uma ligação entre as escolas e o mercado de trabalho.

O ensino profissional marcou toda a história do ensino em Portugal, consagrando-se num modelo de inovação educacional, que por seu turno, promove e valoriza as capacidades técnicas e vocacionais dos alunos, proporcionando aos jovens um desenvolvimento autónomo e construtivo, aptos a inserirem-se no tecido empresarial e na sociedade vindouros.

5.2. REFLEXÃO

A frequência deste estágio, inseriu-se na importância e prática do ensino e formação profissional, potenciando aos alunos, uma notável performance técnica no tecido empresarial, o que também me permitiu enriquecer de forma proactiva, os conhecimentos quer sob o ponto de vista profissional, quer pessoal.

A natureza da atividade desenvolvida, requereu uma análise e introspeção contínuas com vista à qualidade contínua, para que, nas mais diversas situações profissionais, saiba agir da melhor forma possível.

Foi também notável a relação existente entre professor-aluno na EPNazaré, em que os alunos sabem que, efetivamente podem esclarecer qualquer tipo de assunto relacionado com a prestação dos alunos nas respetivas disciplinas, assim como os professores também o podem fazer sempre que assim o entendam.

Considero que existiu um papel dinâmico e proativo nas funções e atividades em que participei junto de toda a comunidade escolar, procurei sempre fazer o que estava ao meu alcance e da melhor forma que me foi possível, através do espírito de equipa e entreajuda que é indissociável entre todos os colaboradores da EPNazaré.

Também procurei ter uma postura pautada pela deontologia profissional, cumprindo as regras protocolares e estatutos do corpo docente, disciplinar e formação em contexto de trabalho, respetivamente, pois, é imprescindível que todos, sem exceção, trabalhem no mesmo sentido, para que o resultado final seja o melhor possível.

Aprendi ao longo da duração do estágio que cada aluno é um aluno, são todos diferentes, mas todos iguais na sua generalidade, sendo muito mais proveitoso, lidar com os alunos de acordo com as suas características específicas, e, quando assim é, torna-se mais fácil

transmitir a mensagem aos alunos, quanto maior e melhor for o nosso conhecimento face aos alunos com quem trabalhamos, maior será o êxito alcançado de ambas as partes.

Foi igualmente enriquecedor constatar o fomento da motivação ao vê-los a crescer mediante o seu ritmo, como jovens ativos e futuros profissionais das várias áreas às quais pertencem, é um trabalho que permite um *feedback* bastante próximo, para quem os acompanha ao longo do seu percurso formativo.

5.3. PROPOSTAS DE INVESTIGAÇÃO FUTURAS

Tratando-se o ensino profissional de uma área incontornável e premente na construção de uma carreira não só académica mas também profissional, talvez fosse interessante desenvolver trabalho de investigação com vista à construção de uma gestão estratégica de carreiras, descrevendo-se todo o processo de construção da carreira, a nível vocacional.

Mais, esta proposta poderia ser aplicada em exclusivo no decorrer dos cursos técnicos profissionais e, simultaneamente, seriam estabelecidas parcerias com os principais agentes do tecido empresarial, proporcionando e promovendo um exequível e eficaz marketing escolar, sendo desta forma, entendido como uma sinergia entre escola-mercado de trabalho.

Seria de igual forma pertinente desenvolver um estudo científico, com uma vertente de trabalho de campo bem materializada, por forma a extrair dados que permitissem apurar as principais forças motivacionais dos alunos, e a influência que as mesmas exercem aquando da definição do seu próprio itinerário académico e profissional.

Desta forma, haveria um reforço ainda mais plausível de que efetivamente, os cursos profissionais estimulam e proporcionam o fomento das próprias competências dos alunos, vistos como futuros empreendedores, avaliando-se qualitativamente as suas motivações e perceções.

Como terceira proposta para trabalhos vindouros na área, surge a intento de criar e desenvolver pedagogicamente uma plataforma interativa, possibilitando a mesma, a troca de uma série de materiais didáticos, com tipologias específicas e técnicas, perspetivando

a promoção e construção de uma correlação forte entre os jovens e as empresas aderentes, eventualmente alicerçadas em debates e sessões técnicas em regime *e-learning*.

REFERÊNCIAS

Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional (2012). Acedido em 3, março, 2012, em <http://www.angep.gov.pt/default.aspx?access=1>.

American Psychological Association (2010). *Publication manual of the American Psychological Association* (6ª Ed.). Washington DC: APA. Retirado de <http://www.apastyle.org>.

Art.º 32.º do Decreto Regulamentar n.º 84-A/2007 de dezembro.

Azevedo, J. (1994). *Avenidas de Liberdade. Reflexões sobre Política Educativa*. Porto: Edições ASA.

Azevedo, J. (2000). *O Ensino Secundário na Europa*. Porto: Edições ASA.

Azevedo, J. (2002). *O Fim de um ciclo. A educação em Portugal no início do séc. XXI*. Porto: Edições ASA.

Azevedo, J. (2003). Rendimento escolar nas escolas secundárias e nas escolas profissionais: resultados de uma amostragem. *Revista portuguesa de de Investigação educacional*. 2 pp. 5-32.

Azevedo, J., Fonseca, A. (2007). *Imprevisíveis itinerários de transição escola-trabalho*. Vila Nova de Gaia: Fundação Manuel Leão.

Azevedo, J. (2008). *A educação de todos ao longo de toda a vida e a regulação sociocomunitária da educação*. Comunicação ao 2º Encontro de Pedagogia Social. Porto: Universidade Católica Portuguesa.

Books Google (2012). Acedido em 16, maio, 2009 em <http://books.google.com/>.

Carvalho, R. (1986). *História do Ensino em Portugal*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.

Chateau, J. (1980). *Os Grandes Pedagogos*. Coleção Vida e Cultura. Lisboa: Edição Livros do Brasil.

Decreto – Lei n.º 24/89, de 21 de janeiro.

Decreto – Lei n.º 286/89, de 29 de agosto.

Escolas Profissionais (2012). Acedido em 27, março, 2012, em <http://www.escolasprofissionais.com.pt/vantagens.htm>.

Fonseca, A. M. (1993). *Um sabor diferente. Uma avaliação das escolas profissionais*. Porto: Ministério da Educação/GETAP.

Gangl, Markus, (et al) – CATEWE: *A comparative analysis of transition from education to work in europe*. www.mzes.unimannheim.de/eurodata/newsletter/no8/catewe.html, 2003.

Marques, M. (1993). *O Modelo Educativo das Escolas Profissionais: um Campo Potencial de Inovação*. Lisboa: EDUCA.

OCDE (1989). *O Ensino na Sociedade Moderna*. Porto: Edições ASA.

Ministério da Educação (2003). *Documento orientador da revisão curricular do ensino profissional*. Lisboa: Ministério da Educação.

NACEM - Orvalho, L., Graca, M., Leite, E., Marcal, C., Silva, A. & Teixeira, A. (1992). *A estrutura modular nas escolas profissionais. Quadro de inteligibilidade*. Porto: GETAP-ME.

OCDE (1989). *O Ensino na Sociedade Moderna*. Porto: Edições ASA.

Rocha, F. (1987). *Fins e objetivos do sistema escolar português de 1820 a 1926*. Aveiro: Livraria Estampa.

Silva, J. M. (Coord.), Silva, A. S. & Fonseca, J. M. (1996). *Avaliação do Sistema das Escolas Profissionais*. Lisboa: Editorial Ministério da Educação

UNESCO (1988). *Rapport National du Portugal*. Geneve: UNESCO/Ministério da Educação.

UNESCO (1991). *Convenção sobre o Ensino Técnico - Profissional. Novos Rumos para o Ensino Tecnológico e Profissional. Atas da Conferência Nacional*. Porto: ME/GETAP, pp. 190-195.

APÊNDICES

Apêndice I – Cronogramas

Apêndice II – Planificações

Apêndice III – Programação do Evento “EPN Experience”

Apêndice IV – Programação do Evento “EPN Responsabilidade Social”

ANEXOS

Anexo I – Estatutos EPNazaré

Anexo II – Regulamento Disciplinar

Anexo III – Programas

Anexo IV – Formulário PIT

Anexo V - Modelo do Relatório de Avaliação Mensal

Anexo VI – Plano Anual de Atividades 2011/2012

Anexo VII - Regulamento de Formação em Contexto de Trabalho (FCT)

Anexo VIII – Modelo do Protocolo de Formação em Contexto de Trabalho

Anexo IX – Modelo do Plano de Formação em Contexto de Trabalho

