



**MÁRIO RUI
LEÃO NETO**

**ATIVAÇÃO DE MARCAS NO MERCADO NACIONAL
E INTERNACIONAL – RELATÓRIO DE ESTÁGIO NA
TENDÊNCIA IMAGINÁRIA – ATIVAÇÃO DE
MARCAS, LDA.**



**MÁRIO RUI
LEÃO NETO**

**ATIVAÇÃO DE MARCAS NO MERCADO NACIONAL
E INTERNACIONAL – RELATÓRIO DE ESTÁGIO NA
TENDÊNCIA IMAGINÁRIA – ATIVAÇÃO DE
MARCAS, LDA.**

Relatório de Estágio apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Línguas e Relações Empresariais, realizada sob a orientação científica do Doutor Professor Kenneth David Callahan, Professor Associado do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro

o júri

Presidente

Professor Doutor Reinaldo Francisco da Silva
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro

Vogais

Professora Doutora Vera Lúcia da Silva Carlos
Professora Auxiliar Convidada da Universidade de Aveiro (arguente)

Professor Doutor Kenneth David Callahan
Professor Associado da Universidade de Aveiro (orientador)

agradecimentos

São muitas as pessoas que de uma forma ou de outra contribuíram para que quer o estágio, quer o relatório fossem possíveis de concretizar. Cada uma destas pessoas deu o seu contributo dentro do que lhes era possível sobretudo com apoio constante que me manteve motivado a fazer o meu melhor. Dentro de estas pessoas gostaria de destacar aquelas a quem devo um especial agradecimento por terem sido fulcrais: Antes de mais agradeço a todo o corpo docente do mestrado que integrei, dos quais destaco a Doutora Professora Ana Maria Ramalheira por ter partilhado a oportunidade de estágio que incorporei, e que como Diretora de Curso me esclareceu quando necessitei.

Ao Doutor Professor Kenneth David Callahan também devo um especial agradecimento, ele que foi meu orientador interno, que me apoiou e que aceitou ser meu orientador por parte da Universidade de Aveiro numa altura em que precisava desse apoio.

À Doutora Paula Soares, por me ter recebido na sua organização e ter aceitado ser minha orientadora na Entidade de Acolhimento, por me ter envolvido nas suas atividades laborais, por todo o conhecimento transmitido e pelo apoio ao longo destes meses.

À Doutora Heloísa dos Santos, por ser uma pessoa tão honesta que me entregou apoio incondicional, que me ensinou muito nesta experiência de âmbito profissional e que esteve sempre disposta a ajudar-me.

À Doutora Paula Soares e à Doutora Heloísa dos Santos, um especial agradecimento pelas tão boas oportunidades.

À Sofia Moreira que foi a minha parceira nesta aventura e com quem partilhei este estágio. O apoio recíproco ajudou a exponenciar o potencial desta experiência.

Ao Doutor Nigel Killick pela inspiração que foi e pelo apoio num momento-chave.

À minha família: pais, irmão, tia e avó paterna, a eles que me permitiram prosseguir estudos e que me motivaram sempre a fazer melhor e a ser a esforçar-me para que pudesse experienciar momentos como aqueles que vivi durante o estágio.

Aos meus amigos pela paciência e companheirismo. Destaco o Tiago Maia e o Tiago Carvalho com quem passei muito tempo, que me ouviram, e com quem partilhava quais eram as minhas tarefas durante o estágio.

palavras-chave

Expansão internacional, negócios internacionais, desenvolvimento comercial, gestão comercial, e-learning, educação, m-learning

resumo

Este relatório foi produzido no âmbito da Unidade Curricular de Projeto/Dissertação/Estágio que integra o plano de estudos do Mestrado em Línguas e Relações Empresariais, curso este pertencente ao Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

Ao longo deste documento será feita uma apresentação da Entidade de Acolhimento, que tem como nome “Tendência Imaginária – Ativação de Marcas, Lda.” e que tem o seu escritório localizado no Porto. Para além disto serão ainda descritas as atividades desenvolvidas ao longo do estágio, divididas pelos projetos nos quais trabalhei ao longo destas 720 horas.

keywords

International expansion, international business, business development, business management, e-learning, education, m-learning

abstract

This report was produced within the Curricular Unit of Project / Dissertation / Internship that is part of the study plan of the Masters in Languages and Business Relations, in the Department of Languages and Cultures at the University of Aveiro. Throughout this document the Host Company “Tendência Imaginário – Ativação de Marcas, Lda.”, whose office is in Porto, are presented. Additionally, the activities developed during the internship are described, divided into the projects in which I worked during these 720 hours.

Índice

Introdução	13
1. Entidade de Acolhimento	16
1.1. Estrutura Organizacional.....	19
1.2. Missão, Visão e Valores.....	20
1.2.1. Missão	20
1.2.2. Visão.....	21
1.2.3. Valores	22
2. Estágio e as Atividades Desenvolvidas	23
2.1. Organizar e Executar várias tarefas relacionadas com o expediente geral da EA.....	24
2.2. Assegurar uma comunicação eficaz com os vários interlocutores da EA, em língua portuguesa ou estrangeira	27
2.3. Aplicar as competências desenvolvidas no âmbito da gestão documental	30
2.4. Aplicar as competências desenvolvidas no âmbito da produção documental	31
2.5. Utilizar várias aplicações Informáticas e a Internet para pesquisa, seleção, tratamento e organização da informação	34
2.6. Utilizar aplicações Informáticas para a otimização de tarefas.....	36
2.7. Preparar reuniões de trabalho, organizar e elaborar documentação associada.....	39
2.8. Planificar e organizar viagens	40
2.9. Planificar e organizar eventos, aplicando as determinações protocolares 41	
2.10. Aplicar as competências adquiridas relativas às línguas estrangeiras .	43
2.11. Outras atividades desenvolvidas	44
3. Considerações Finais.....	48
Referências Bibliográficas	54
Anexos	56

Índice de Figuras

Figura 1 - Organograma da Tendência Imaginária.....	19
Figura 2 - Primeira Publicação da TI no Facebook	27
Figura 3 - Publicação contemplada no plano de comunicação da TI no mês de julho	28
Figura 4 - Mind Map feito pela equipa da TI	29
Figura 5 - Imagem rosto que foi aprovada para integrar o Colateral	32
Figura 6 - Plataforma Trello.....	36
Figura 7 - Plataforma Monday	37
Figura 8 - Frame do Vídeo Criado para a AIRV	45
Figura 9 - Programas que foram acordados pela zonaverde	47
Figura 10 - Modelo apresentado por Manzoor	49

Índice de Anexos

Anexo 1 – Colateral Reallyenglish.....	57
Anexo 2 – Regulamento Geral de Proteção de Dados.....	62
Anexo 3 – Questionário Reallyenglish UX Lab.....	66
Anexo 4 – Exemplo de Email para o mercado de Malta	71
Anexo 5 – Tradução (Inglês-Português) dos cursos Reallyenglish.....	73
Anexo 6 – Tradução (Inglês-Português) de um Manual de Utilização da Reallyenglish....	76
Anexo 7 – Tradução de <i>Newsletter</i> (Português-Italiano)	84
Anexo 8 - Tradução de <i>Newsletter</i> (Português-Espanhol)	88
Anexo 9 – Ingresso da participação no evento: “Evolving your business strategy: from platform to experiences”	93

Siglas

AIRV – Associação Empresarial da Região de Viseu

B2B – Business to Business

B2C – Business to Consumer

CEO – Chief Executive Officer

FIT – Feira Ibérica do Turismo

MLRE – Mestrado em Línguas e Relações Empresariais

PME – Pequenas e Média Empresas

QECR – Quadro Europeu Comum e de Referências para Línguas

Introdução

O presente Relatório de Estágio foi elaborado no âmbito da unidade curricular Dissertação/Projeto/Estágio incluído no plano curricular do Mestrado em Línguas e Relações Empresariais ministrado sobretudo no Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro, sendo que estive sob orientação científica do Senhor Prof. Doutor David Callahan.

Com o concluir deste estágio dou como terminado mais um ciclo da minha formação superior.

Iniciei o meu estágio no dia 2 de abril de 2019, logo após a minha chegada de Itália onde integrei o plano “Erasmus+”.

O escritório da empresa onde tirocinei está situado no Porto, mas era uma aquisição muito recente.

Tive conhecimento da empresa através de um email enviado pela Prof.^a Doutora Ana Maria Ramalheira enquanto Diretora de curso a indicar que havia uma oportunidade de me candidatar a estágio na mesma.

Sendo esta uma empresa recente posso dizer que fui o primeiro aluno do meu curso (MLRE) a tirocinar com esta entidade. Este foi a única oportunidade de estágio ao qual me candidatei por me ter chamado à atenção por desenvolver eventos, por me dar a oportunidade de usar a línguas estrangeiras, e por me dar a disponibilidade de viajar pelo país, e caso houvesse oportunidade, por fora dele. Apesar da oportunidade de estágio destacar a oportunidade de usar a língua inglesa e a língua francesa, não tive a ocasião para aplicar o Francês, mas surgiu a hipótese de usar o italiano, assim como o espanhol.

Na altura ainda não sabia que trabalharia tanto com mercados internacionais, o que acabou por ser uma surpresa que considerei verdadeiramente agradável e que me poderia providenciar experiências tão enriquecedoras neste domínio.

O estágio mostrou-me que com esta experiência cresceria muito enquanto profissional e ao mesmo tempo teria um grande impacto do ponto de vista pessoal.

Sendo que este foi a única oportunidade de estágio curricular ao qual me candidatei, posso dizer que as expectativas eram altíssimas, pois o meu objetivo era realmente tirocinar num sítio que a meu ver me fizesse desenvolver as minhas competências e aplicar na prática todo o conhecimento teórico que retive ao longo da duração das unidades curriculares às quais estive inscrito, e sobretudo, que correspondesse ao que considero ser o meu perfil enquanto pessoa. Caso não tivesse encontrado esta experiência provavelmente teria optado por fazer mesmo uma Dissertação ou Projeto.

O principal objetivo que tinha para o relatório de estágio era redigir um documento em que apresentava as atividades desenvolvidas ao longo da duração do tirocínio de forma pormenorizada e fundamentada cientificamente, aplicando os ensinamentos adquiridos ao longo do mestrado sobre como redigir este tipo de documento. Pretendia também desenvolver a capacidade de gerir o meu tempo uma vez que tinha de tirocinar e desenvolver o relatório em simultâneo.

Algumas das unidades curriculares que acho que merecem destaque pelo alto contributo ao longo deste estágio, também pelo perfil da oportunidade, foram Línguas nas Relações Empresariais – Estudos de Caso, Português – Projeto de Aplicação e Gestão de Marcas.

Não tendo eu, à data de início de estágio muita experiência profissional, uma vez que a única experiência neste domínio confere, também ela, a um estágio curricular sentia-me um pouco ansioso pelo começo do mesmo e com o que estaria para vir associado a ele, e ao mesmo tempo um pouco apreensivo, por saber que tinha pouca experiência e não saber se estava à altura de corresponder às expectativas iniciais que a empresa teria de um estagiário. Contudo, a partir do momento que toquei na campainha da empresa após subir as escadas senti-me logo mais tranquilo, confortável e sobretudo confiante. Acabei por ter um primeiro dia muito diferente do que estava à espera e que me fez sentir extremamente confortável ali.

À medida que o tempo foi passando fui percebendo os projetos que a empresa tinha em mãos e comecei a relacionar-me mais com eles e fui-me sentindo cada vez mais confortável, o que significava também maior eficiência,

maior aproveitamento dos conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares do MLRE e maior satisfação por apresentar melhores resultados.

O presente relatório está dividido em 3 partes. A primeira corresponde à apresentação da empresa na qual tirei, a segunda corresponde às minhas experiências no estágio e atividades desenvolvidas durante as 720 horas. Por fim, na terceira apresento algumas considerações finais relativas ao estágio, às minhas vivências com ele, e como este me apoiou para que eu me desenvolvesse, entre outros.

O estágio findou no dia 27 de setembro do mesmo ano, sob orientação externa da Dr.^a Paula Soares.

1. Entidade de Acolhimento

A Tendência Imaginária – Ativação de Marcas, Lda, era uma empresa muito recente quando o meu estágio começou. Contava apenas com 154 dias, aproximadamente 5 meses. A empresa surgiu no dia 30 de outubro de 2018. O seu escritório está localizado na Rua Fernandes Tomás, 2º Esq., na cidade do Porto e o respetivo Código-Postal é 4000-217. Apesar disso, a sua sede é em Baguim do Monte, em Gondomar.

Importa referir que toda a informação sobre a empresa apresentada ao longo deste tópico, assim como em “1.1. Estrutura Organizacional” foi recolhida junto dos seus membros, uma vez que a Tendência Imaginária – Ativação de Marcas, Lda não dispõe de nenhum sítio online de onde pudesse recolher estas informações.

Esta é uma empresa que ativa outras marcas, e, segundo Nigel Jackson, ativação de marcas é um ramo de marketing relacional que visa melhorar a retenção de clientes (Jackson, 2013). De acordo com Dissanayake e Gunawardane, a satisfação do consumidor e a retenção de clientes são as principais preocupações no marketing relacional com o cliente (Dissanayake & Gunawardane, 2018), Nesse sentido, a Tendência Imaginária oferece os seus serviços para ajudar os seus clientes a atingir esse objetivo.

O principal objetivo da empresa é ajudar marcas e produtos a lançarem-se no mercado nacional e internacional. Pode-se tratar de uma marca nacional que visa crescer no mercado português e/ou conseguir estender-se até mercados estrangeiros, assim como em apoiar as empresas estrangeiras a integrarem o mercado nacional, tão bem conhecido pelos representantes da Tendência Imaginária.

Para que este objetivo seja alcançado são muitas as tarefas da Tendência Imaginária, entre as quais tratar de representar e de acompanhar os seus clientes, permitindo que estes sucedam nos mercados em questão e para que consigam exceder as suas expectativas relativamente às suas vendas. Para além disso, define as estratégias e planos de ação tendo em vista posicionar as marcas nos ditos mercados. As técnicas usadas passam pela integração em feiras

nacionais ou internacionais, a organização de eventos exclusivos que se identifiquem com os produtos e marca em questão. Trata ainda de promover ações de *networking* para o desenvolvimento de contactos dos integrantes destas ações, e caso necessário faz o *branding* ou *rebranding* do perfil dos seus clientes para que estes possam ganhar notoriedade nos mercados. De acordo com Marco Castro, o *branding*, ou gestão de marcas, engloba diversas práticas e meios que entre outros tem como objetivo criar e preparar uma marca capaz de enfrentar o mercado (Castro, 2017). Chandler e Owen definiram *branding* como um processo que visa influenciar a forma como os consumidores interpretam a marca e desenvolvem a sua perceção do que a marca é e o significado que esta detém (Chandler & Owen, 2002). David Aaker e Daniel Smith afirmam que *branding* não tem como objetivo fazer os consumidores tomarem decisões de compra irracionais, mas sim transformar um produto/serviço vulgar e semelhante aos demais numa referência ao adicionar valor à marca que o apresenta (Smith & Aaker, 1992). Para Kotler e Pfoertsch *branding* trata-se de projetar, desenvolver, executar e avaliar a estratégia de determinada marca (Kotler & Pfoertsch, 2006). Por sua vez, *rebranding* tornou-se uma ferramenta estratégica importante para as empresas uma vez que ocasionalmente estas apercebem-se que precisam de reposicionar as suas marcas, uma vez que novos concorrentes entram no mercado e que os consumidores alteram as suas preferências. Para acompanhar esta realidade as empresas podem tentar transformar os seus negócios (Nana, Tobias-Mamina, Chilya, & Maziriri, 2019). Nesse sentido, a Tendência Imaginária – Ativação de Marcas, Lda presta também serviços que visam promover as empresas clientes e respetivas marcas.

A Tendência Imaginária tem vários projetos sobre mãos. Um deles é a PH Events, uma marca criada e desenvolvida pela empresa cujo objetivo passa por organizar sessões de *networking* de forma a que se estabeleçam relações entre empresas nacionais e internacionais para criar mais elos de ligação entre estas. A PH Events surge então de uma necessidade do mercado, do ponto de vista da Tendência Imaginária.

Estas sessões estariam relacionadas com provas gastronómicas e com momentos de descontração, dirigidas a um segmento médio-alto. Os seus

participantes podem, portanto, fazer as suas provas ao mesmo tempo que fazem *networking*, potencializando os seus produtos e serviços a empresas quer nacionais quer internacionais.

Outro projeto corresponde a um Consultório de Capacitação que foi criado de uma forma muito apaixonante para ajudar os participantes do Consultório, como individuais, a entender as suas limitações e a providenciar as ferramentas de apoio necessárias para que cada indivíduo consiga reconhecer e aproveitar as oportunidades existentes. O Consultório de Capacitação visa, então, reunir condições e ferramentas para mudar positivamente a vida das pessoas que estão distanciadas das suas vocações e afastadas de desafios, que é uma realidade para muitos. Ao integrar este consultório, torna-se possível para estas pessoas tentar chegar mais longe e saber reconhecer oportunidades e aprender a aproveitar uma maior proporção do potencial humano.

A Tendência Imaginária trabalha ainda com uma empresa estrangeira, denominada de Reallyenglish, e foi neste projeto que mais trabalhei ao longo da duração do meu estágio. A Reallyenglish é uma empresa que disponibiliza uma plataforma e conteúdo digital para a discência da Língua Inglesa. Trata-se de uma empresa com conteúdo digital reconhecido pela sua qualidade, eficácia e eficiência para os seus alunos, operando num modelo de negócio Business-to-Business (B2B).

1.1. Estrutura Organizacional

Do ponto de vista de Pugh e Salman, a Estrutura Organizacional define como atividades como colocação, coordenação e supervisão de tarefas são apresentadas para que se alcancem os objetivos organizacionais (Pugh & Salman, 1990).

Segundo Perrotti e Vasconcellos, a Estrutura Organizacional pode ter um impacto positivo sobre a Gestão do Conhecimento, sobretudo quando as práticas de trabalho para resolução de problemas ou projetos de melhoria são adotadas e quando existem sistemas de comunicação e ambiente propícios ao desenvolvimento de uma cultura de aprendizagem e de partilha do conhecimento (Perrotti & Vasconcellos, 2005).

A estrutura organizacional da Tendência Imaginária – Ativação de Marcas pode ser resumida no seguinte organograma:

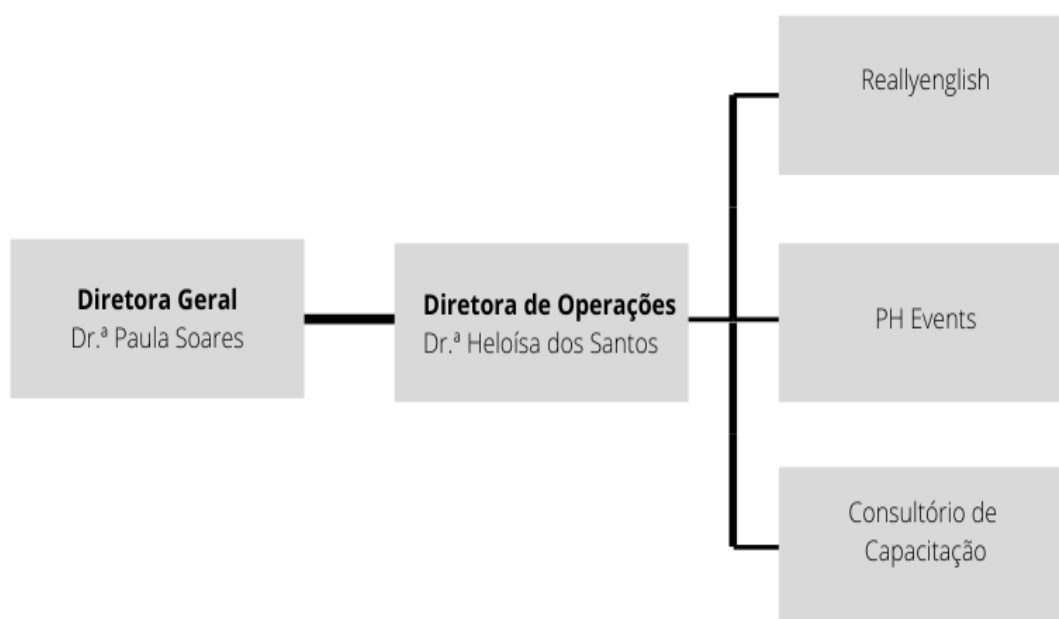


Figura 1 - Organograma da Tendência Imaginária

Como podemos verificar no organograma da empresa presente na Figura 1, a Dr.ª Paula Soares é a Diretora Geral da Tendência Imaginária – Ativação de

Marcas e a Dr.^a Heloísa dos Santos é a Diretora de Operações e confirmamos que ambas mantêm um grau de hierarquia idêntico uma vez que ambas gerem a Tendência Imaginária e todos os seus projetos.

Ainda na observação da figura em questão, é-nos possível perceber que a estrutura da empresa assenta nos distintos projetos que esta desenvolve.

Como já enunciei, a Tendência Imaginária é uma empresa muito recente, com uma equipa pequena. No início do meu estágio a equipa era formada apenas por quatro elementos, sendo que dois destes elementos eram estagiários. Nestas condições, a empresa não está dividida em departamentos funcionais, o que significa que todos temos posições obrigatoriamente polivalentes.

É relevante destacar a formação superior e individual da equipa com quem tirocinei. A Dr.^a Paula Soares tem uma Licenciatura em Relações Internacionais pela Universidade Lusíada do Porto e integrou também uma Pós-graduação em Organização e Gestão de Eventos e também em Gestão Turística. A Dr.^a Heloísa dos Santos concluiu o Mestrado em Língua e Relações Empresariais pela Universidade de Aveiro, assim como um Mestrado em estudos Anglo-Americanos pela Universidade do Porto. Por sua vez, a outra estagiária concluiu ao longo do meu tirocínio a sua Licenciatura em Secretariado e Comunicação Empresarial pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda, da Universidade de Aveiro.

1.2. Missão, Visão e Valores

Como qualquer outra empresa a Tendência Imaginária tem missão, visão e valores que funcionam como condutores de todas as decisões. Com eles, a empresa define como se comporta, e qual o caminho a ser seguido para que esta atinja os seus objetivos. É, portanto, a filosofia institucional de determinada organização.

1.2.1. Missão

Relativamente à missão, e de acordo com a definição de Missão de acordo com o *Entrepreneur Small Business Encyclopedia* ("Mission Statement Definition - Entrepreneur Small Business Encyclopedia," n.d.) esta define como é uma

organização, o porquê da sua existência e a sua razão de ser, ou seja, qual o seu propósito. Dizem ainda que a missão deve ser alterada com o passar dos anos, uma vez que o mercado evolui, mas uma vez que é uma empresa tão recente, não necessita ainda de ser revisto.

Pearce e David (Pearce & David, 1987) afirmam que a missão pode ser a parte mais visível e pública de um plano estratégico e que apesar de não haver investigação empírica publicada de forma a guiar o desenvolvimento de determinada missão corporativa, as limitadas provas disponíveis sugerem componentes-chave para que se defina uma missão. Entre elas, a identificação dos seus principais serviços, a especificação geográfica de atuação, o compromisso com a sobrevivência e crescimento, a definição do posicionamento da empresa, isto é, como pretende ser conhecida. Serralvo e Furier (Serralvo & Furier, 2004) definiram o posicionamento em “Fundamentos do Posicionamento de Marcas – Uma Revisão Teórica” como o “processo de estudo, definição e implementação de uma oferta diferenciada cujos atributos proporcionem uma posição vantajosa sustentável de uma marca em relação à concorrência numa categoria, do ponto de vista da perceção de um público-alvo”.

Neste sentido podemos assumir que a missão da Tendência imaginária passa por ser a empresa número um em Portugal em ativação de marcas.

1.2.2. Visão

Segundo Mark Lipton, visão é o itinerário de uma empresa, indicando aquilo em que se quer tornar, selecionando uma direção definida para o crescimento da mesma. Diz-nos ainda que a visão passa por retificações mínimas durante a vida de um negócio. (Lipton, 1996)

A visão da minha entidade de acolhimento passa por contribuir para o desenvolvimento da economia através de ações que promovam as empresas portuguesas. Através das suas ativações de marca e experiências que dá ao consumidor final, a empresa espera alcançar este objetivo com o máximo impacto possível.

1.2.3. Valores

No que concerne aos valores, os definidos pela Tendência Imaginária como essenciais de referir e orientadores de ação do ponto de vista ético são a satisfação do cliente, o respeito pelas pessoas e meio-ambiente, a responsabilidade social e a excelência nos serviços prestados.

2. Estágio e as Atividades Desenvolvidas

O Estágio do aluno foi feito no escritório da Tendência Imaginária, Lda., situado na Rua Fernandes Tomás, 633, 2º Esquerdo, 4000-217, no Porto. O tirocínio teve carga horária correspondente a 720 horas divididos em 5 meses. Começou no início do mês de abril e acabou no fim do mês de setembro, sendo que em agosto não tirocinei.

Tive conhecimento da oportunidade de estágio através de um email da Professora Doutora Ana Maria Ramalheira que ao longo do tempo foi partilhando diversas ansas. Tendo achado que o estágio se adequava ao meu perfil optei por me candidatar à respetiva vaga.

Estando eu em Erasmus, a minha entrevista foi-me feita via chamada telefónica. Não podendo ser presencial, foi-me explicado via telemóvel quais as necessidades da empresa para averiguar se podia acrescentar valor à mesma. Recebi mais tarde a resposta que veio a ser um sim. Quando regresssei a Portugal fui contactado pela Tendência Imaginária para me dirigir lá, de forma a conhecer a equipa, a organizar o meu plano de estágio e outras coisas que precisava de saber e comecei o mesmo no início da semana seguinte.

Como já referi, a empresa onde estagiei é uma empresa muito recente, o que me permitiu viver experiências e ter tarefas a meu encargo que são um pouco peculiares e únicas, mas que ao mesmo tempo enriqueceram o estágio.

Nos meus primeiros dias explicaram-me o funcionamento da empresa, as funções e dinâmicas de grupo e introduziram-me os projetos que esta tinha em mãos.

2.1. Organizar e Executar várias tarefas relacionadas com o expediente geral da EA

Como já referi, sendo a Tendência Imaginária uma empresa muito recente tive ao meu encargo tarefas únicas e enriquecedoras. Um fantástico exemplo disso remete ao meu primeiro dia ao serviço da Tendência Imaginária, onde tive de ir ao encontro da Doutora Heloísa dos Santos para que nos dirigíssemos à IKEA, de forma a ajudar a escolher a mesa que permaneceria no escritório, atendendo variáveis tais como preço, dimensões da mesa, dimensão da sala e respetivo aspeto. Considero que foi uma prova de confiança terem-me incluído numa decisão tão prontamente. Ainda no apoio logístico, formatei e imprimi documentos necessários ao expediente geral da Tendência Imaginária e respetivos projetos.

De acordo com Swartz e Iacobucci, uma boa experiência de atendimento ao cliente pode ter um efeito positivo na perceção que este tem da organização (Swartz & Iacobucci, 2000). Como tal, quando lidava com clientes tentava sempre proporcionar a melhor experiência possível, visando ser conciso no que dizia de forma a que a mensagem passasse ao potencial cliente.

Tive a meu encargo também tratar de atendimento presencial e telefónico sempre que necessário. Relativamente ao atendimento presencial este passava por receber os convidados e/ou representantes de organizações que vinham reunir com a Tendência Imaginária no respetivo escritório.

A nível de atendimento telefónico, todas as chamadas que fiz correspondiam ao projeto da Reallyenglish. Depois de contactados os potenciais clientes via email, passávamos ao contacto telefónico para saber se tinham visto o nosso contacto, caso sim, se gostaram do que lhes fora apresentado, e se estariam disponíveis para agendar uma reunião. Nesta última etapa era importante atender à disponibilidade dos colaboradores da organização onde estagiei.

Liguei para Câmaras de Comércio, Associações Empresariais, Associações Comerciais e Industriais, Câmaras Municipais, empresas e até mesmo para universidades, uma vez que todos eles podem corresponder a futuros clientes da Reallyenglish.

Passo agora a citar algumas das entidades que contactei e a quem fiz o acompanhamento telefónico ao longo do tempo do estágio. Num contexto mais internacional, contactei Câmaras de Comércio tal como a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Sul Africana, a Câmara de Comércio Italiana para Portugal, a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Alemã, entre muitas outras. Estas organizações não governamentais trabalham para promover o comércio internacional e a globalização e batalham para alcançar a prosperidade no domínio comercial. São um potencial cliente que a Tendência Imaginária decidiu que eu deveria abordar, uma vez que é uma forma de apresentar um projeto que esta tem em mãos em novos mercados internacionais.

Algumas das Câmaras Municipais com as quais contactei via chamada telefónica foram a Câmara Municipal de Ovar, a Câmara Municipal de Nelas, a Câmara Municipal de Oliveira de Azeméis e a Câmara Municipal de Carregal do Sal. Estas detêm centros de formação e outras organizações que também poderiam beneficiar com o produto que a Tendência Imaginária lhes trazia. Contactei a Associação Empresarial da Região de Viseu com quem vim mais à frente a colaborar, e também empresas tais como a Apolo Laboro, a Olivetree e TEXMCS.

Num contexto mais educacional fiz chamadas para escolas superiores, tais como a Coimbra Business School, para o IPAM no Porto, para o ISCAP e também para uma escola artística e profissional - “Árvore”.

Algumas destas chamadas eram feitas diretamente para os seus representantes, tais como presidentes da câmara e outros o que exigia uma grande responsabilidade e certeza da mensagem que devia passar.

Depois de contactados, foi necessário proceder ao acompanhamento dos mesmos, tendo eu que executar o “Follow-up”, que segundo o Cambridge English Dictionary se define como algo que é feito para concluir uma ação ou torná-la mais bem sucedida (“FOLLOW-UP | meaning in the Cambridge English Dictionary,” n.d.). Isto passava por repetir chamadas e motivar a compra.

Para que a equipa tivesse material de suporte para as reuniões e também para que a Dr.^a Paula Soares fosse com material gráfico para a 6ª Edição da Feira Internacional de Turismo (FIT) que ocorreu na Guarda, eu recebi e

desempacotei esse mesmo material, para que o pudesse organizar e distribuir pelas capas a ser entregues mais tarde aos potenciais clientes. Nestes documentos vinham informações sobre a empresa Reallyenglish, sobre os cursos que esta detém, assim como os respetivos pacotes.

Particpei ainda num brainstorming com a restante equipa da Tendência Imaginária para que se definissem sugestões de quais os pacotes da Reallyenglish, logo após a Dr.^a Heloísa dos Santos ter sugerido que se devessem criar pacotes com diferentes programas de forma a ter ofertas mais adequadas ao público-alvo. Daqui resultaram quatro pacotes e são eles o *Academic English*, o *Business English*, o *General English* e o *Starter English*.

O primeiro destina-se mais a universidades ou outras que de alguma forma se envolva num contexto académico. O *Business English* interessa mais ao tecido empresarial ou quem de alguma forma se liga a ele como é o caso de câmaras de comércio, câmaras municipais ou outras. Criou-se o *General English*, cujo propósito passa por ajudar entidades a apoiar os seus clientes e/ou funcionários a desenvolver *hard skills*, que segundo Barbara Cimatti em *International Journal for Quality Research* (Cimatti, 2015) correspondem à capacidade de executar um certo tipo de tarefa ou atividade, e neste caso específico, no âmbito de inglês geral. Por fim, foi criado o *Starter English* para entidades que queiram providenciar cursos de inglês para quem tem níveis muito básicos ou nunca estudou esta língua.

Em todos eles o público-alvo corresponde a entidades não-individuais, uma vez que a Reallyenglish tem, até ao momento, um modelo de negócio *Business to Business*, também conhecido por B2B, uma vez que vende os seus produtos e presta os seus serviços para outras empresas ou organizações. Desta forma, oferece a empresas e outras, aquilo que precisam de forma a operar e crescer.

2.2. Assegurar uma comunicação eficaz com os vários interlocutores da EA, em língua portuguesa ou estrangeira

Aquando do início do meu estágio a Tendência Imaginária não tinha qualquer tipo de presença nas redes sociais, uma vez que se tratava de uma empresa muito jovem. Como tal, tive a meu encargo a integração e gestão das mesmas redes sociais, através da criação da página de Facebook e também do perfil LinkedIn da organização.

Neste sentido, redigi um texto de apresentação da empresa que integrava a primeira publicação da mesma, quer no Facebook quer no LinkedIn. O primeiro parágrafo foi o texto de apresentação em “Sobre”, no Facebook, uma vez que tinha de ser um texto bastante objetivo pelo limite de palavras que esta rede social impõe neste tópico.

Na imagem seguinte podemos ver a primeira publicação da Tendência Imaginária onde podemos ler o respetivo texto que redigi.

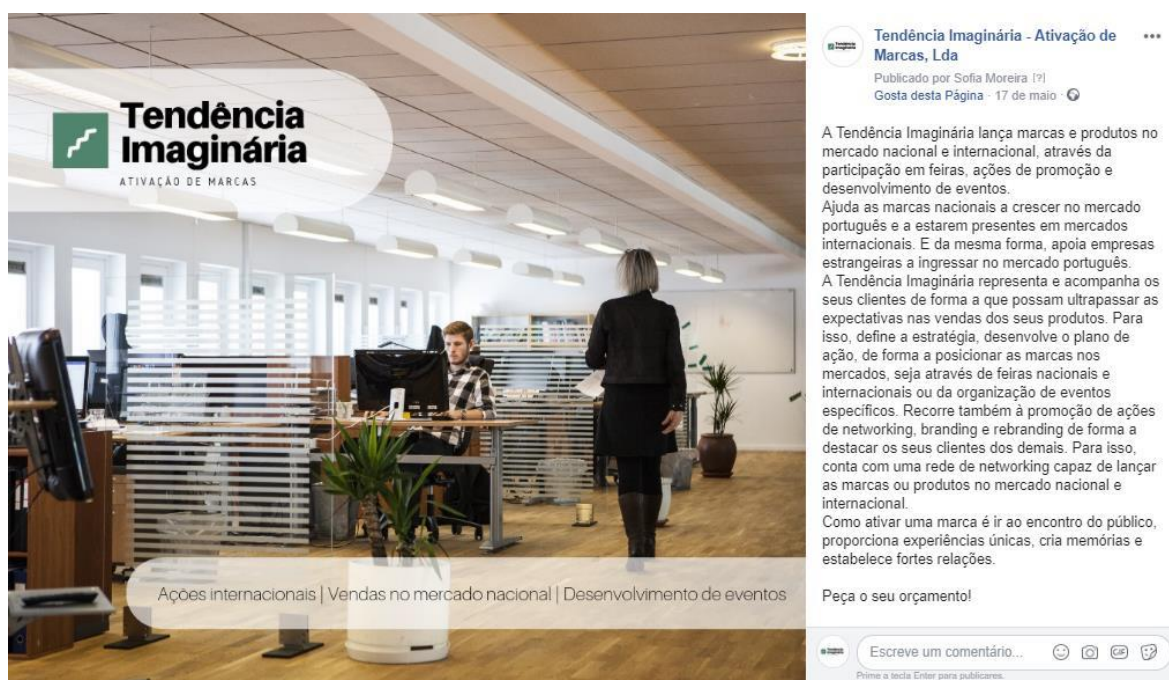


Figura 2 - Primeira Publicação da TI no Facebook

Não tendo a Tendência Imaginária qualquer logotipo, foi necessário criar um que se adequasse à identidade e visão da mesma. Para que se chegasse a um logotipo que se adequasse, a Dr.^a Paula Soares explicou o que pretendia, ou

seja, de que forma a empresa se ia apresentar para o exterior atendendo como pretendia que a empresa fosse reconhecida e percebida pelo seu público alvo.

Apresentei a minha proposta de logotipo, contudo, não foi a minha proposta a selecionada para contribuir para a identidade visual da empresa.

Identidade visual é, segundo Allen e Simons, uma componente do branding, que corresponde à parte que se vê, e nesse sentido é uma parte importante, porque o que é visível é mais suscetível de influenciar do que aquilo que lhe é dito ou do que assimila de uma apresentação extensa (Simmons, J.; Clifton, 2005).

Marco Castro diz-nos que a identidade visual e verbal é um dos principais elementos de uma marca, pois esta é o primeiro contacto que o consumidor tem com ela, e o que ficará registado na memória com mais facilidade (Castro, 2017).

Elaborei publicações para o plano de comunicação para metade do mês de julho, do dia 11 a dia 31, que passava por fazer a apresentação da Tendência Imaginária – Ativação de Marcas, Lda ao seu público. Foi feita uma publicação por dia útil publicada sempre à mesma hora, às 10 horas da manhã. Uma vez que a Tendência Imaginária não tinha presença nas redes sociais as publicações que fiz e que integraram o plano de comunicação faziam a apresentação da marca, assim como de cada serviço da empresa.

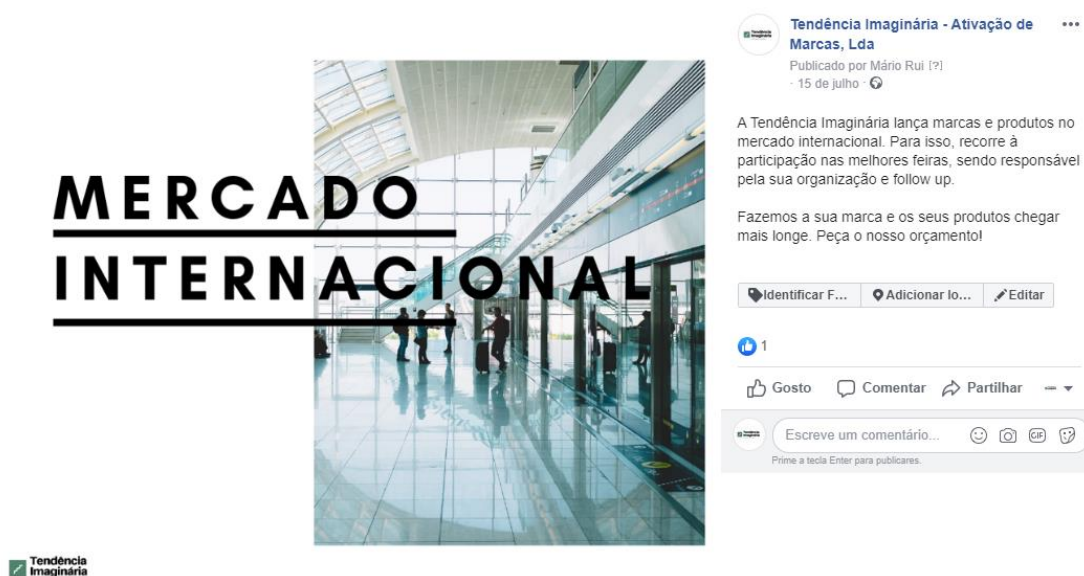


Figura 3 - Publicação contemplada no plano de comunicação da TI no mês de julho

Da mesma forma, o projeto PH Events também não tinha presença nas redes sociais, e a Dr.^a Heloísa dos Santos decidiu realizar um *brainstorming* com a restante equipa de forma a elaborar um *mind map*, que é uma ferramenta de planificação estratégica para averiguar o que a equipa associava ao projeto, como é o caso de cores, sentimentos, imagens e palavras, de forma a que se conseguisse trabalhar a imagem do mesmo.

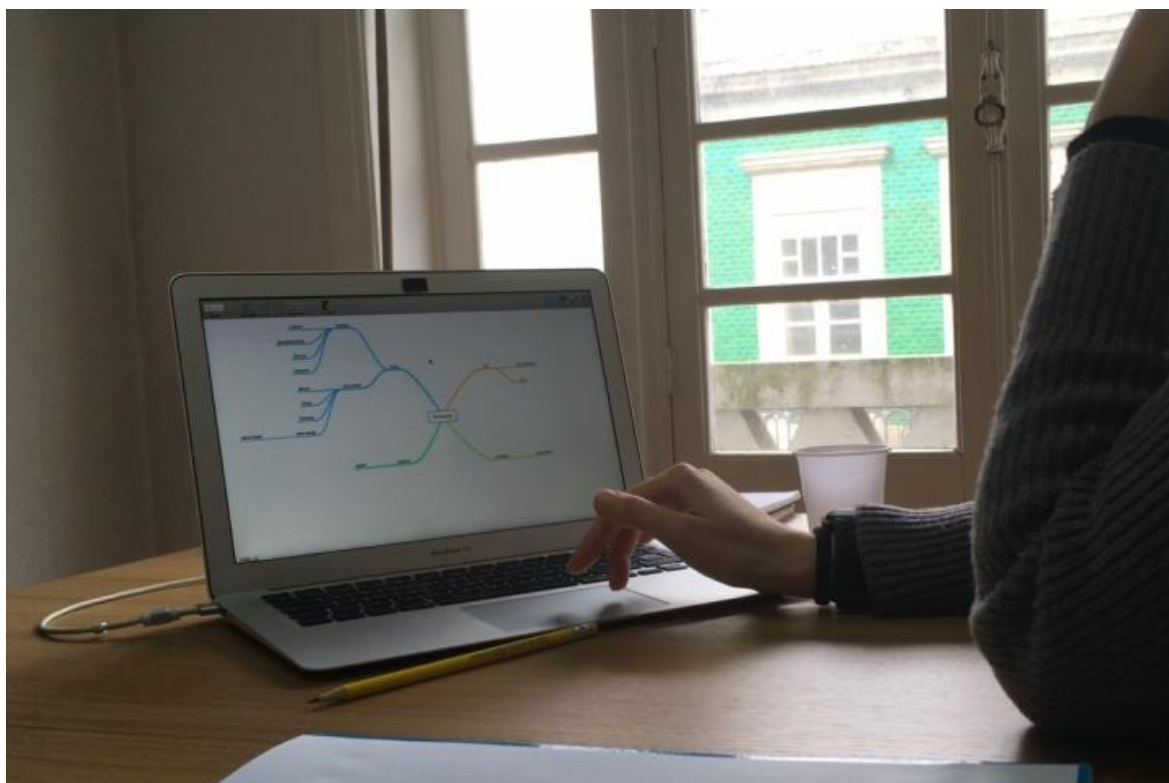


Figura 4 - Mind Map feito pela equipa da TI

Enquanto representante da Reallyenglish, a Tendência Imaginária tem de divulgar os seus serviços a diferentes públicos, e estar presente em diversos eventos de networking é extremamente útil para atingir este fim. Assim sendo, acompanhei a Dr.^a Paula Soares na 8ª Edição do “DDC Samsys: Vamos Superar Limites” que ocorreu no Multiusos de Gondomar. Este evento tem o propósito de ajudar empresas a crescer, superar desafios e criar sinergias sustentáveis com o seu negócio através de um ambiente de convívio empresarial e um *mindset* potenciador de parcerias e oportunidades de negócio e com muito *networking*, tornando-se bem mais acessível a marcação de reuniões num ambiente descontraído, porém profissional.

De forma a auxiliar a Tendência Imaginária – Ativação de Marcas a conseguir agendar reuniões para representar a Reallyenglish, sugeri novos potenciais públicos-alvos com as quais se poderiam fechar negócios no futuro. As minhas sugestões foram Universidades Sénior, uma vez que se tratam de espaços de cultura e de saber. Os seus alunos são, geralmente, pessoas mais idosas que pretendem aprender sempre, e as universidades sénior dão esse contributo para que os seus alunos tenham um envelhecimento saudável. Contudo, apesar de esta sugestão ter sido apreciada, a empresa ainda não contactou este público para gerir melhor os já existentes e os candidatos que se estão a mostrar mais interessados.

Outra sugestão que apresentei como potencial cliente da Reallyenglish foi a AIESEC. Trata-se da maior organização juvenil do mundo, que estimula o desenvolvimento da capacidade de liderança nos jovens e que promove intercâmbios e experiências internacionais aos mesmos, por exemplo, através de estágios profissionais e de voluntariado. Nesse sentido, após a sugestão aprovada pela Dr.^a Heloísa dos Santos, contactei os escritórios da AIESEC em Aveiro e da AIESEC Minho de forma a agendar uma reunião com os responsáveis dos mesmos.

2.3. Aplicar as competências desenvolvidas no âmbito da gestão documental

Como empresa altamente recente que é, são ínfimos os documentos existentes, atendendo ao tempo que a Tendência Imaginária – Ativação de Marcas é uma recente comparência no mercado.

A equipa criou, porém, uma pasta partilhada pelos quatro elementos constituintes da empresa na Google Drive. Dentro desta pasta partilhada há uma pasta específica para cada projeto: Tendência Imaginária; Reallyenglish; PH Events; Consultório de Capacitação.

Dentro de cada uma delas estão os documentos correspondentes a cada uma delas, conforme a sua tipologia, de forma a que esteja sempre o mais organizada possível.

À medida que os documentos iam aparecendo iam sendo colocados na pasta devida, para que fosse mais fácil aceder aos mesmos sem que isto implicasse perda de tempo na respetiva busca.

Com o passar do tempo e com o foco crescente no projeto Reallyenglish, passou-se a utilizar também a Dropbox para gerir, tratar e arquivar toda a documentação que integrava este projeto. É ela tal como a Google Drive, um espaço de trabalho online que ajudou a empresa a ter a sua documentação associada sempre organizada.

2.4. Aplicar as competências desenvolvidas no âmbito da produção documental

Ao longo do estágio foram algumas as ocasiões em que tive de elaborar documentação da Tendência Imaginária e dos projetos que esta contempla.

Um dos documentos que concebi e apresentei é referente à Tendência Imaginária – Ativação de Marcas, e é um cartão de visita da mesma. Este documento foi criado através da plataforma Canva, que é um *website* de ferramentas de design gráfico que foi usado de todas as vezes que precisei de elaborar material gráfico. Ainda através da utilização desta plataforma, e a pedido da Dr.^a Heloísa dos Santos criei uma imagem que funcionaria como o rosto do colateral que apresenta a Reallyenglish e alguns dos seus respetivos cursos, e que estaria presente na capa do mesmo.

A colagem anterior foi considerada desajustada uma vez que continha imagens extremamente conhecidas de um banco de imagens gratuito e por parecer pouco profissional. Ficou a meu encargo então a criação de uma imagem que transparecesse profissionalismo e modernismo a quem viesse a ter este documento nas mãos. Criei duas propostas, tendo sido escolhida depois a que se considerou mais adequada.



Figura 5 - Imagem rosto que foi aprovada para integrar o Colateral

Podemos ver no Anexo 1 o resultado final do colateral em questão.

Não num contexto de design gráfico, mas sim de produção de documentos redigidos, criei um documento de RGPD, isto é, o Regulamento Geral de Proteção de Dados, em inglês “*General Data Protection Regulation*”. De acordo com o *website* oficial da Comissão Europeia (“O que é um responsável pelo tratamento ou um subcontratante? | Comissão Europeia,” n.d.) “o responsável pelo tratamento determina as finalidades e os meios pelos quais os dados pessoais são tratados” e essa foi também a minha função nesta tarefa. Este documento foi depois corrigido e ampliado pela Dr.^a Heloísa dos Santos, e pode ser observado no Anexo 2.

Produzi este documento no âmbito do projeto Reallyenglish, no qual a Dr.^a Heloísa dos Santos teve a ideia de criar o “UX Lab”, nome escolhido para o “*User Experience Lab*” (Laboratório de Experiência de Utilizador, em português), ou seja, um lugar em que poríamos utilizadores convidados a testar os programas da Reallyenglish de forma a ser possível encontrar possíveis erros e ouvir sugestões de melhoria que beneficiaria quer a empresa, quer os utilizadores. Nenhum deles, até ao momento de testar o programa escolhido conviveu com ele.

O conceito do UX Lab passa por ser um contrato de troca de serviços. Os utilizadores que aceitassem durante 3 semanas usar um programa e que permitissem o tratamento dos seus dados pessoais receberiam um curso à sua escolha dentro dos packs da Reallyenglish válido durante um ano. Caso não

cumprissem o programa ou não assinassem o contrato não receberiam o curso gratuito que tinha sido acordado.

O objetivo passava por organizar grupos de pessoas com o perfil que pudesse integrar um dos 4 programas que seriam testados. Os referidos programas eram:

- ❖ *Academic English*;
- ❖ *Starter English*;
- ❖ *General English*;
- ❖ *Business English*.

O perfil dos utilizadores que integrariam o *Academic English* correspondia, por exemplo, a universitários, pessoas que fossem iniciar o ensino superior, pessoas que pudessem estar interessadas em fazer Erasmus, entre outros. Relativamente ao *Starter English* procurámos pessoas que já tiveram Inglês, contudo não o conseguem aplicar ou perceber muito bem, ou a alunos do ensino básico, etc. É classificado com um nível de dificuldade QECR: A1. Quanto ao *General English* o perfil que procuramos eram pessoas que já têm bases de Inglês, mas que pretendem ir mais longe aumentando o seu grau de fluência e tinha um nível de dificuldade QECR: B1. Por último, para o *Business English* procurou-se utilizadores que trabalham na área dos negócios e que pretendiam obter vantagem competitiva no mercado.

No fim estas pessoas podiam dar os seus testemunhos, o que acabou por ser uma boa ferramenta para obtenção de *feedback*.

Ainda relativamente ao UX Lab, elaborei um questionário para coletar dados pessoais e avaliar o nível de satisfação da experiência em inúmeros parâmetros assim como de dados que são importantes à Reallyenglish de forma a desenvolver e melhorar os seus produtos. Serviu para coletar um conjunto de informações que avalia de forma real o programa Reallyenglish que os utilizadores frequentaram. Este questionário foi elaborado com base em diferentes aspetos tais como a satisfação geral, satisfação quanto ao produto e satisfação relativa ao programa que experimentou. Em algumas das questões eram apresentadas palavras com um significado muito semelhante que foram avaliadas

quantitativamente pelos inquiridos de forma a averiguar se existia coerência por parte deles. Parte do questionário está visível no Anexo 3.

Para além disso, preparei documentos através da tradução dos mesmos em diversas línguas, que abordarei mais à frente no tópico 2.10 – “Aplicar as competências adquiridas relativas às línguas estrangeiras”.

2.5. Utilizar várias aplicações Informáticas e a Internet para pesquisa, seleção, tratamento e organização da informação

Uma das muitas tarefas que tive ao meu encargo passa por tratar da criação, manutenção e gestão de base de dados de potenciais clientes no mercado regional e internacional.

Ao longo dos meses de estágio foram muitas as bases de dados que produzi. Trata-se de conjuntos de arquivos relacionados entre si. É a recolha organizada de dados armazenados e com acesso a partir de um sistema no computador. No meu caso, o programa usado foi o Microsoft Excel.

A Tendência Imaginária tem a necessidade de ter estas bases de dados atualizadas, sendo elas extremamente importantes para que se registem quais são os potenciais clientes em determinado domínio (por exemplo, Câmaras Municipais de determinado distrito ou Escolas de Línguas de determinado país), os seus contactos, morada, se o contacto já foi efetuado ou não, e outras informações que façam sentido de serem inseridos na base de dados. Geralmente após registados todos estes dados, procedia-se ao contacto telefónico ou a um encontro presencial, dependendo muito da resposta que tivéssemos desse potencial cliente.

Apesar dos vários projetos que a Tendência Imaginária tem em mãos, todas as bases de dados que criei foram projetadas no âmbito do projeto Reallyenglish. Estas bases de dados eram divididas em duas categorias, as mais políticas e corporativas e as que se relacionam mais diretamente com o ensino. As primeiras eram reportadas à Dr.^a Paula Soares e as segundas à Dr.^a Heloísa dos Santos.

As bases de dados que criei num domínio das mais políticas e corporativas foram: todas as Associações Empresariais em Portugal, as Câmaras de Comércio sediadas no Porto, as Câmaras de Comércio sediadas em Lisboa, todas as Câmaras Municipais do distrito de Aveiro.

Fiz ainda uma outra relativa à 6ª Edição da Feira Ibérica de Turismo 2019, que ocorreu na Guarda. Após a presença da Dr.^a Paula Soares nessa mesma feira, tive que elaborar uma base de dados com os contactos recolhidos através dos cartões de visita.

Num âmbito mais educacional, fiz uma base de dados de todas as escolas de língua inglesa em Itália, os Colégios/Externatos do Distrito do Porto, de todas as escolas profissionais da zona centro, e por fim uma base de dados das escolas de língua inglesa em determinados países como Marrocos, e mesmo da América Latina, tais como Uruguai, Chile, Paraguai, e Costa Rica.

Fiz ainda uma base de dados mista que por ser constituída por ambas as categorias. Como estavam geograficamente próximas, eram potenciais negócios nos quais não se investiria tanto tempo em viagem e preencheriam o calendário dos integrantes da Tendência Imaginária.

Foi ela uma base de dados de todas as Escolas Profissionais, Escola de Línguas, Associações Empresariais e Empresas de Recrutamento nos concelhos da Maia, Valongo e Gondomar.

A última base de dados que fiz correspondeu a emails que enviei para escolas de línguas em Malta a apresentar a Reallyenglish e a convidar a um diálogo e, em caso de dúvidas a que se agendasse uma reunião. Nesta base de dados foi incluída a data e hora do último contacto que tive com cada uma delas, de forma a que melhor se controlasse as respostas para dar sempre uma resposta o mais breve possível. Trata-se de um documento Microsoft Excel Online que está disponível a partir da Dropbox e que pode ser visualizado e alterado simultaneamente pelos diversos utilizadores.

Todas as bases de dados têm informações distintas, mas ao mesmo tempo acabam todas elas por contemplar os nomes e contactos das entidades em questão.

2.6. Utilizar aplicações Informáticas para a otimização de tarefas

Ao longo do período do meu estágio recorreu-se à utilização de aplicações informáticas que funcionaram como ferramentas de gestão de projeto. Nesse âmbito utilizei mais que uma aplicação.

A primeira que utilizei foi o Trello, que pode ser utilizado a partir do browser ou que pode ser descarregado, e que serve como uma forma mais visual de gerir os projetos. Estes projetos são representados em quadros que apresentam a lista de tarefas a cumprir. Cada uma destas tarefas corresponde a um cartão que pode ser distribuído a um ou mais utilizadores e que pode ser movido entre listas.

No caso da Tendência Imaginária, optou-se por fazer a lista “*To Do*”, “*Doing*” e “*Done*”, para que se reconhecesse quais as tarefas que estão por fazer, as que estão a ser trabalhadas e aquelas que já foram finalizadas. Na figura seguinte é notório o que agora indico.

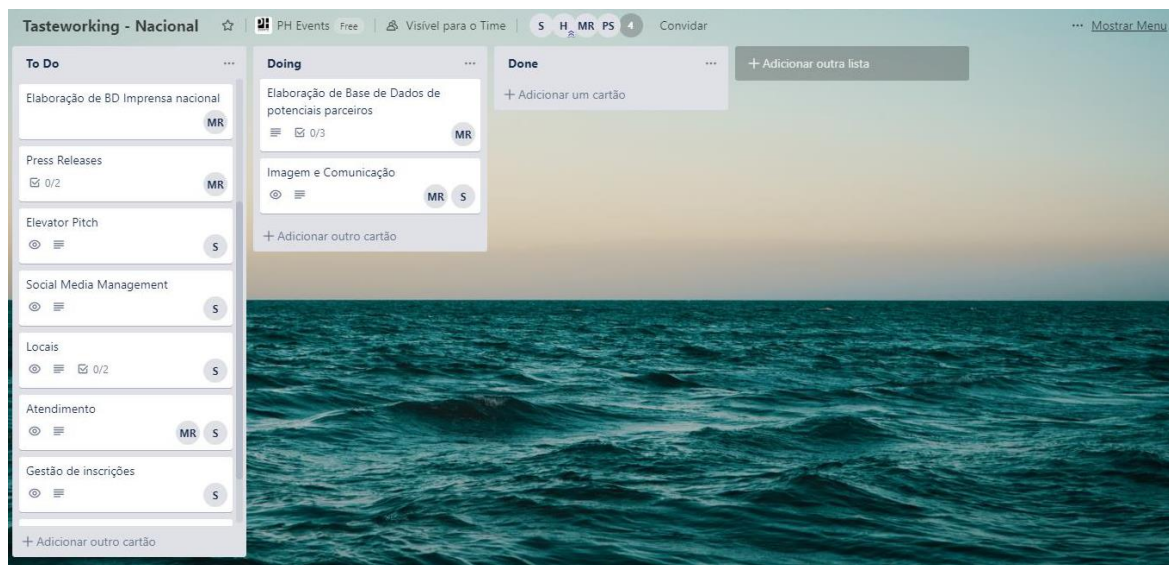


Figura 6 - Plataforma Trello

A outra aplicação que utilizei com este mesmo propósito tem como nome Monday. É uma plataforma relativamente similar, contudo a meu ver mais completa, uma vez que é possível visualizar as tarefas num calendário, assim como a apresentação de diagramas que representam o progresso do projeto, o acesso a um arquivo com a documentação de cada tarefa, a visualização de um

mapa dos locais onde existem tarefas a ser realizadas, e a disposição de um quadro, onde está presente o nome da tarefa e da pessoa que está responsável pela mesma, a data limite de finalização da mesma e o status da mesma, isto é, em que ponto se encontra a tarefa. É ainda possível que se abra uma determinada tarefa e que se dialogue com os restantes membros da equipa sobre a dita atividade.

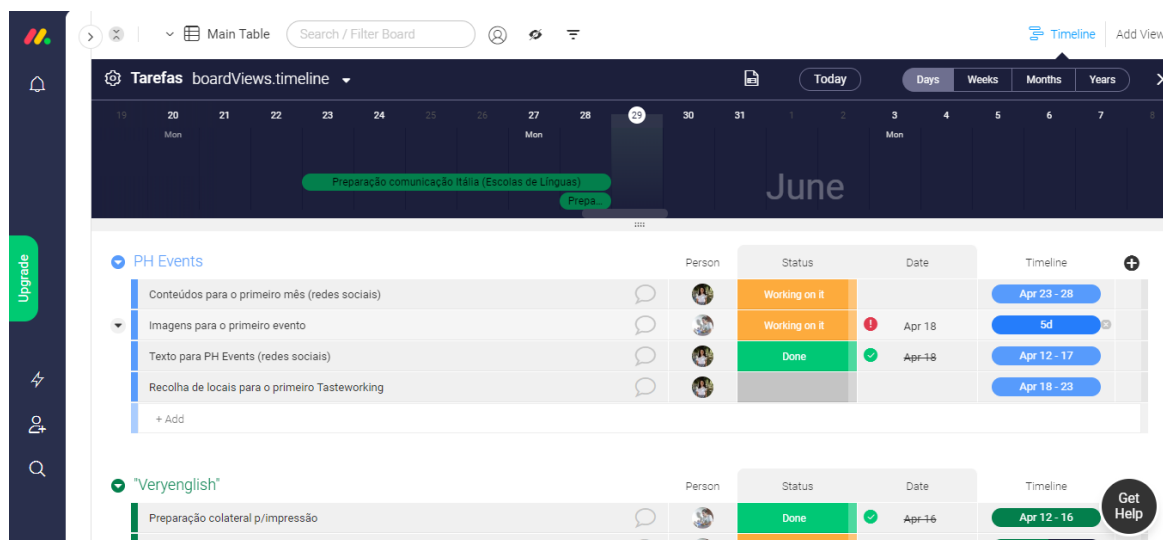


Figura 7 - Plataforma Monday

A outra plataforma a enunciar foi já referida ao longo deste relatório e corresponde à Google Drive, na qual foi criada uma pasta partilhada à qual todos os elementos da empresa podem aceder, visualizar, inserir e editar documentos. Esta plataforma tem várias vantagens na gestão da documentação da organização, uma vez que possui uma boa capacidade de armazenamento de documentos, que é suficiente para a quantidade que a Tendência Imaginária tem. Para além disso, é possível aceder a esta mesma plataforma a partir do computador e de qualquer dispositivo móvel. Outro benefício da Google Drive passa por permitir que um mesmo documento possa ser acedido simultaneamente, em tempo real, pelos vários elementos da equipa, contribuindo assim para a otimização das tarefas executadas.

No mesmo sentido, também utilizei a Dropbox que é um serviço de arquivo de documentação que oferece armazenamento na *cloud*, sincronização de ficheiros, *cloud* pessoal, entre outros.

Na Tendência Imaginária utilizámos a Dropbox exclusivamente para o projeto Reallyenglish, uma vez que a partir de determinado momento este passou a ser a prioridade da empresa em que tirocinei, tal como indiquei no tópico 2.3 – “Aplicar as competências desenvolvidas no âmbito da gestão documental”.

É aqui possível que se introduzam e visualizem documentos e que se otimizem tarefas, por estar devidamente organizado.

De forma a otimizar a comunicação entre a equipa e também com a equipa Reallyenglish que está presente em diversos pontos do globo passei a utilizar um software extremamente prático, o Slack. Trata-se um espaço de comunicação, que foi desenvolvido para se adaptar ao trabalho em equipa, tornando possível que se comunique e colabore com outras pessoas online de uma forma extremamente eficiente, uma vez que permite que se enviem documentos, que se façam chamadas de voz ou vídeo, que se partilhe em direto o ecrã do computador.

Foi-me aconselhado a utilizar o Brave que é um *Browser* que bloqueia anúncios e *scripts* que violam a privacidade do utilizador. O propósito da utilização deste Browser foi a separação das tarefas que advinham do contexto empresarial da Tendência Imaginária e seus projetos de tudo o resto.

Para construir o questionário que foi referido no tópico 2.4 - “Aplicar as competências desenvolvidas no âmbito da produção documental” onde usei o Google Forms.

Nesta ferramenta pode-se criar questionários com diversos tipos de questões como é o caso de escolha múltipla, questões abertas curtas e longas, avaliações em escala numérica, entre outros. Para além disso é ainda possível visualizar os dados que correspondem às respostas uma vez que as informações são coletadas e conectadas automaticamente. Esta ferramenta é incluída no pacote da Google Drive.

2.7. Preparar reuniões de trabalho, organizar e elaborar documentação associada

Uma das tarefas que tinha sobre a minha responsabilidade passava por ser apoiar na realização de reuniões de trabalho. Nesse sentido, tal como já referi, fui responsável pela formatação e impressão de documentos que seriam usados nas reuniões de trabalho.

Para além disso, e tal como podemos observar em 2.1 – “Organizar e executar várias tarefas relacionadas com o expediente geral da EA”, também organizei os documentos que apresentavam a Reallyenglish, os seus cursos e os pacotes que esta possui. Estes documentos eram entregues aquando de reuniões e de sessões de networking da qual pudessem resultar reuniões com potenciais clientes.

Sempre que havia uma reunião no escritório também tratava de receber as pessoas que se iam encontrar com os colaboradores da entidade de acolhimento. Como já indiquei no tópico 2.5 – “Utilizar várias aplicações informáticas e a Internet para pesquisa, seleção tratamento e organização da informação”, enviei um email para um público-alvo que tinha sido definido pela Reallyenglish: as escolas de línguas de Malta.

Este foi o primeiro contacto da dita organização com o mercado do referido país. Tratou-se de um email de apresentação da referida empresa e também a que caso houvesse questões, que se iniciasse uma reunião para que estas fossem atendidas e esclarecidas e mostrar disponibilidade para agendar reuniões com este público-alvo.

Estes emails foram personalizados e enviados separadamente de forma a evitar entrar na caixa de SPAM do público-alvo.

Para além disso tive ainda de criar uma assinatura de email profissional equivalente à da restante equipa Reallyenglish, que inclui o meu nome completo, contactos e o logotipo da empresa que estava a representar, de forma a captar *leads*, transparecer credibilidade com o objetivo de cativar os potenciais clientes que contactei.

No Anexo 4 pode-se consultar um exemplo do referido email do meu contacto com o público-alvo de Malta que tinha sido definido.

Um outro email que enviei com o intuito de organizar reuniões de trabalho também confere ao contacto da Reallyenglish com escolas de línguas, mas desta vez em Itália.

Uma vez contactados via email pela equipa, os destinatários que o abriram foram contactados por mim a informar que a equipa ia estar presente em Itália e se a estes teriam interesse em agendar uma reunião presencial.

2.8. Planificar e organizar viagens

Planificar viagens foi uma tarefa com o qual não pude lidar devido à incerteza do mercado de trabalho, apesar de contemplar o plano de trabalho do estágio em que participei.

Tal como mencionei em 2.7 – “Preparar reuniões de trabalho, organizar e elaborar documentação associada”, eu contactei com o mercado italiano de forma a que se agendassem reuniões presenciais aquando da visita da Tendência Imaginária – Ativação de Marcas a Itália relativas ao projeto Reallyenglish.

Contudo, sendo a resposta das escolas de línguas uma incerteza, podendo advir do meu contacto uma resposta positiva, uma resposta negativa ou a falta da mesma, nunca seria dado como garantido que viesse a ter a oportunidade de planificar e organizar viagens.

Como não obtivemos até à data definida o número de interessados suficientes a responder ao email que enviamos, não foram reunidas as condições necessárias para que se fosse a Itália. Por esse motivo esta viagem foi adiada e não me vi possibilitado de experimentar esta tarefa.

2.9. Planificar e organizar eventos, aplicando as determinações protocolares

Inicialmente, quando o meu estágio começou, havia um interesse relativamente equivalente por parte da Tendência Imaginária em todos os seus projetos.

Contudo, com o passar do tempo, o projeto Reallyenglish veio a tornar-se cada vez mais prioritário, sendo que no final do meu estágio era quase só com este que estava a trabalhar.

No mesmo sentido, à medida que o interesse pelo projeto Reallyenglish se veio a intensificar outros começaram a ser menos relevantes. Um perfeito exemplo disso corresponde ao projeto PH Events e a organização dos *Tasteworkings* que com o passar do tempo foi ficando em segundo plano, uma vez que as atenções se voltariam sobretudo para a Reallyenglish e tudo o que esta exigia.

Ficou estabelecido pela direção da Tendência Imaginária que se renunciaria temporariamente da planificação e organização de eventos que seriam organizados pela mesma, o que significa que o Projeto PH Events nunca passou do domínio conceptual.

Ainda nos meses iniciais do meu estágio fizeram-me perceber o conceito destes eventos, quais as ideias principais em que se queriam focar, qual o público-alvo dos eventos organizados que seriam promovidos, qual a calendarização dos eventos, uma vez que se pretendia que acontecessem sempre num dia específico.

Com a PH Events tive de me deslocar ao PortoBay Hotel Teatro, uma vez que foi considerado um bom local para que se efetuassem os *Tasteworkings* correspondentes ao referido projeto. Uma vez que os *Tasteworkings* tinham de se diferenciar convinha que acontecessem num lugar bonito, diferente e extremamente agradável.

Sendo este um hotel temático, com um design exclusivo e considerado um local onde os participantes dos *Tasteworkings* se fossem sentir bem por ser sofisticado e também boémio, combinando a elegância pretendida com um

ambiente de descontração onde poderiam fazer as suas provas e praticar networking de uma forma despreocupada.

Para além disso, este hotel está extremamente bem situado, estando localizado no centro histórico da cidade do Porto e goza de bons e distintos acessos. Este é um hotel com bastante notoriedade regional por esse mesmo motivo.

O objetivo desta visita, acompanhando a Dr.^a Heloísa dos Santos, foi descobrir se este tem salas que se adequem ao número limitado de pessoas que a Tendência Imaginária pretendia em cada uma destes eventos. Para além disso era necessário averiguar se o preço do arrendamento dessa sala pelo tempo definido era compensador para a empresa em que tirocinei.

Tendo as diretoras da empresa que não seria a melhor escolha, ocorreu à Dr.^a Heloísa dos Santos um sítio que também se destacaria e se poderia adequar mais uma vez que traria um maior benefício, a OKNA.

A OKNA é um espaço cultural que se dedica à programação artística, assim como a projetos educativos e a atividades de entretenimento. Esta organização celebra como centro de expressão artística e cultural inspirando a comunidade num novo ambiente e é uma iniciativa que pretende aproximar pessoas.

Uma vez que o conceito do Tasteworking passa também por aproximar pessoas, e tem o objetivo de que se venham a organizar Tasteworkings internacionais, a OKNA parecia ser o sítio certo para que este projeto fosse avante e se realizasse. A localização também é deveras adequada, uma vez que também fica no centro do Porto.

Aquando da visita da equipa da Tendência Imaginária à OKNA fez-se a proposta que se organizasse ali o evento uma vez que o espaço era suficiente para acolher o número de participantes confortavelmente e chegou-se a um acordo. A acrescentar que o espaço é também ele diferente o suficiente para se destacar. Ficou estabelecido que seria ali que o Tasteworking iria acontecer e que o mundo conheceria o conceito que a empresa criou.

Contudo, tal como já indiquei, a empresa precisou de definir prioridades, e sendo que este é um projeto criado pela própria empresa foi o escolhido para ser

adiado. Apesar disso, posso dizer que estive presente na reunião onde o conceito foi apresentado e em que se definiu que é ali que o Tasteworking vai acontecer no futuro e que dei o meu contributo oferecendo apoio de secretariado.

2.10. Aplicar as competências adquiridas relativas às línguas estrangeiras

Este é um tópico que não constava no meu plano de trabalho de estágio, contudo foi uma boa oportunidade de aplicar alguns conhecimentos no domínio das línguas estrangeiras.

Para além dos contactos internacionais que fiz, por exemplo via email com países estrangeiros e em que fiz uso do Inglês, ou do contacto com o CEO da Reallyenglish existiram ainda outros momentos em que pude aplicar estas competências.

Foram bastantes as vezes em que dei apoio na tradução de documentos diversificados, no âmbito de projetos desenvolvidos pela empresa, contudo todos relacionados com o projeto Reallyenglish.

Apesar de não ter estudos base que se relacionem com tradução, usei os meus conhecimentos de línguas de forma a transpor textos e documentos de uma língua para a outra.

Traduzi de Inglês para Português o material publicitário dos produtos da Reallyenglish. Isto corresponde ao documento de apresentação da referida empresa que corresponde também ao Anexo 1. Transpus também para a minha língua-mãe os cursos que a Reallyenglish detém e apresenta ao mercado que pode ser observado no Anexo 5, e os possíveis cursos a ser combinados de forma a constituir pacotes que se adequassem mais às necessidades dos seus (potenciais) clientes.

Ainda na lógica da tradução de Inglês para Português, fiz a tradução de manuais de utilização de um dos softwares da empresa. No Anexo 6, deixei um exemplo desses mesmos manuais.

No âmbito do UXLab da Reallyenglish, fiz a tradução dos testemunhos dos utilizadores de Inglês para Português e de Português para Inglês.

Traduzi também de Português para Italiano. Esta tradução provém de uma *newsletter* que foi inserida no Mailchimp, que corresponde a uma plataforma de email marketing e está disposta no Anexo 7. Essa mesma newsletter foi também traduzida para Espanhol e pode ser consultada no Anexo 8.

2.11. Outras atividades desenvolvidas

Foram inúmeras as atividades que desenvolvi e com as quais de alguma forma me envolvi, mas que não estavam previstas no meu plano de trabalho do estágio.

Para além das atividades que implicaram a aplicação das minhas competências linguísticas no domínio de língua estrangeira, participei em muitas outras atividades que valorizaram o meu estágio, dotando-o de perspetivas e cenários com os quais nunca tinha vivenciado.

Uma das tarefas que considero importante destacar remete à minha presença numa palestra – “Línguas e Relações Empresariais - Ciclo de Conferências” que decorreu no dia 8 de abril e que foi organizado pelo Mestrado em Línguas e Relações Empresariais da Universidade de Aveiro, curso que frequento. Vi a Dr.^a Heloísa dos Santos palestrar sobre “Como fomentar uma atitude empreendedora de âmbito internacional”.

Outra atividade que merece destaque foi a minha participação numa reunião entre o CEO da Reallyenglish com um cliente - AIRV -Associação Empresarial da Região de Viseu, e com a equipa da Tendência Imaginária.

Vim, mais tarde a fazer um vídeo para este cliente através da utilização do iMovie, que é um software de criação e edição de vídeo desenvolvido pela Apple Inc. Este vídeo funcionaria como um *teaser*, de forma a anunciar que por terem, a AIRV, consciência da importância da internacionalização, estes procuraram soluções para ajudar as empresas da região de Viseu a internacionalizarem-se e que encontraram uma resposta que fará a diferença. Este vídeo foi aprovado e

usado pelo cliente para estimular o interesse das empresas com os quais se relaciona.



Figura 8 - Frame do Vídeo Criado para a AIRV

Acompanhei a Dr.^a Paula Soares ao 6º Seminário de Empreendedorismo que decorreu em Nelas no dia 18 de junho, onde fez a apresentação da plataforma de aprendizagem Reallyenglish. No decorrer deste evento dei suporte e apoio logístico à minha orientadora de forma a que se tirasse o máximo proveito do evento.

Tive ainda a oportunidade de ouvir e ver as apresentações dos restantes palestrantes, de participar num almoço com muitos dos envolvidos com o evento o que funcionou como uma sessão de Networking onde a Dr.^a Paula Soares me apresentou muita gente.

O referido evento acabou com o lançamento da empreitada “Hotel Casa das Fidalgas” em Santar, pelo Presidente do Turismo do Centro, Pedro Machado e pela Sr.^a Secretária de Estado do Turismo, Ana Mendes Godinho.

Para rentabilizar a viagem feita, no regresso a casa visitamos ainda a AIRV, para os acompanhar e verificar se precisavam de algum tipo de apoio com a plataforma e para ouvir o seu feedback relativamente à sua experiência com o projeto Reallyenglish que a Tendência Imaginária tem em mãos.

Outra atividade em que participei corresponde à entrevista que me fizeram no Laboratório de Televisão da Universidade Fernando Pessoa, no Porto. Aqui fui entrevistado por Carlos Nunes e falei sobre ativação de marcas, a importância do networking e outros tópicos.

Fui também a uma sessão chamada “*Evolving your business strategy: from platform to experiences*” organizado pela ScaleUp Porto. Esta sessão decorreu no dia 25 de julho no Porto Innovation Hub e fui com a restante equipa da Tendência Imaginária.

No Anexo 9 podemos ver o bilhete do respetivo evento no qual participei. Neste evento falou-se sobre como evoluir a estratégia das empresas, reunindo plataformas e experiências através dos serviços que esta oferece. Foram-nos apresentadas duas abordagens distintas para que isso ocorra. Uma delas prioriza a melhoria da experiência das pessoas em usar seus serviços e a outra que começa com a exploração sistemática do que a plataforma pode oferecer, ou seja, uma plataforma para agregar valor, ajudando a que a empresa se conecte e consiga expandir melhor o seu mercado.

A seguir, a sessão teve uma parte prática na qual os convidados partilharam algumas das ferramentas que desenvolveram e fizeram-nos pôr isso em prática, aplicando as referidas ferramentas para a empresa que cada participante representa. Exercitei, junto da minha equipa de forma a averiguar o que se poderia fazer para benfeitorizar o projeto Reallyenglish da Tendência Imaginária.

Gostaria de destacar uma outra reunião em que participei com a “zonaverde”, um cliente da Reallyenglish. A zonaverde dedica-se às áreas de formação e consultoria e tem como grande objetivo desenvolver as pessoas e as empresas. Como tal, o produto do projeto que a Tendência Imaginária representa é uma boa ferramenta para acompanhar os formadores do domínio do ensino da língua inglesa.

Uma vez fechado o negócio, a equipa participou na referida reunião em que perante as restantes pessoas da zonaverde que teriam de lidar com a plataforma de forma a inserir os alunos, entre outros.

Após uma breve apresentação, explicou-se a parceria, apresentou-se o produto que no caso era dividido em 3 programas: Inglês para executivos, Inglês para quadros intermédios e Inglês geral. Na figura seguinte podemos ver os diferentes programas que foram acordados pela zonaverde e pela equipa da Tendência Imaginária que se organiza pela hierarquia dos alunos. Estes programas em nada se relacionam com os programas criados no âmbito *UX Lab* e foram desenvolvidos especificamente para a organização em questão.



Figura 9 - Programas que foram acordados pela zonaverde

Na reunião foram explicados quais os cursos que integram cada um dos cursos, assim como as informações adicionais tais como, o nível de dificuldade, o número de horas e o número de aulas em cada um deles.

Por fim, a Dr.^a Heloísa dos Santos e a Sofia Moreira fizeram uma explicação do funcionamento e manuseamento da plataforma para que a equipa da zonaverde aprendesse a criar utilizadores na plataforma. A partir dos nossos dispositivos móveis de trabalho, os *tablets* da empresa, mostramos o que veria um administrador, o que veria um aluno e o que veria um professor para que pudessem entender verdadeiramente o acesso de cada um.

3. Considerações Finais

O relatório de estágio que agora apresento representa o aproximar do fim de um período extremamente importante da minha vida que corresponde ao fim do meu ciclo de estudos com o Mestrado de Línguas e Relações Empresariais da Universidade de Aveiro.

O estágio e respetivo relatório correspondem a uma etapa de muito esforço, dedicação, entrega e tempo que investi para que agora esteja mais capacitado para integrar o mercado de trabalho, uma vez que foi desafiante e me preparou para esta nova fase da minha vida.

Com o tirocínio efetuado, parte integrante da unidade curricular Dissertação/Estágio/Projeto, tive muitas oportunidades de perceber, aprender, ganhar dinâmicas de trabalho e que me permitiu desenvolver *soft skills* que me deixaram mais preparado para o meu futuro profissional, dando-me a oportunidade de perceber que consigo produzir e que consigo ser eficiente na execução de tarefas.

Considero que integrar este estágio na Tendência Imaginária – Ativação de Marcas, Lda. teve inúmeras vantagens e uma vez que tem projetos até mesmo internacionais com os quais tive a hipótese de trabalhar bastante, como é o caso da Reallyenglish, enriqueceram não só a minha experiência assim como a minha pessoa. Para além disso, a diversidade de projetos em diferentes domínios permitiu também que desenvolvesse capacidades em distintos domínios e que hoje sinto que serão extremamente úteis aquando da minha entrada no mercado de trabalho.

Integrar uma equipa pequena ajudou também a que eu percebesse o funcionamento de uma PME portuguesa e o compromisso que esta se vê obrigada a ter para satisfazer os clientes e para se conseguir impor no mercado. Considero que tive a sorte de integrar uma equipa que me apoiou muito, mas sobretudo que me educou e que me envolveu nos seus projetos com muita confiança no meu potencial. As relações interpessoais dentro da empresa motivaram-me sempre, o que aumentou a eficiência organizacional. Outro fator

que contribuiu para que isto acontecesse foi sempre senti que o meu trabalho foi reconhecido.

Manzoor (Manzoor, 2012) sugere que o reconhecimento e o “*Empowerment*” têm um papel essencial para o aumento da motivação dos funcionários relativamente às tarefas organizacionais e diz que apreciando os funcionários pelo seu trabalho e dando-lhes a oportunidade de tomar decisões os satisfaz com o papel que desempenham, com a organização para o qual atuam e para o ambiente organizacional. Desta forma, o seu entusiasmo e motivação aumenta para a realização de tarefas.

Nesse sentido e no mesmo artigo ele apresenta o modelo que criou nesse seu estudo que agora indico:

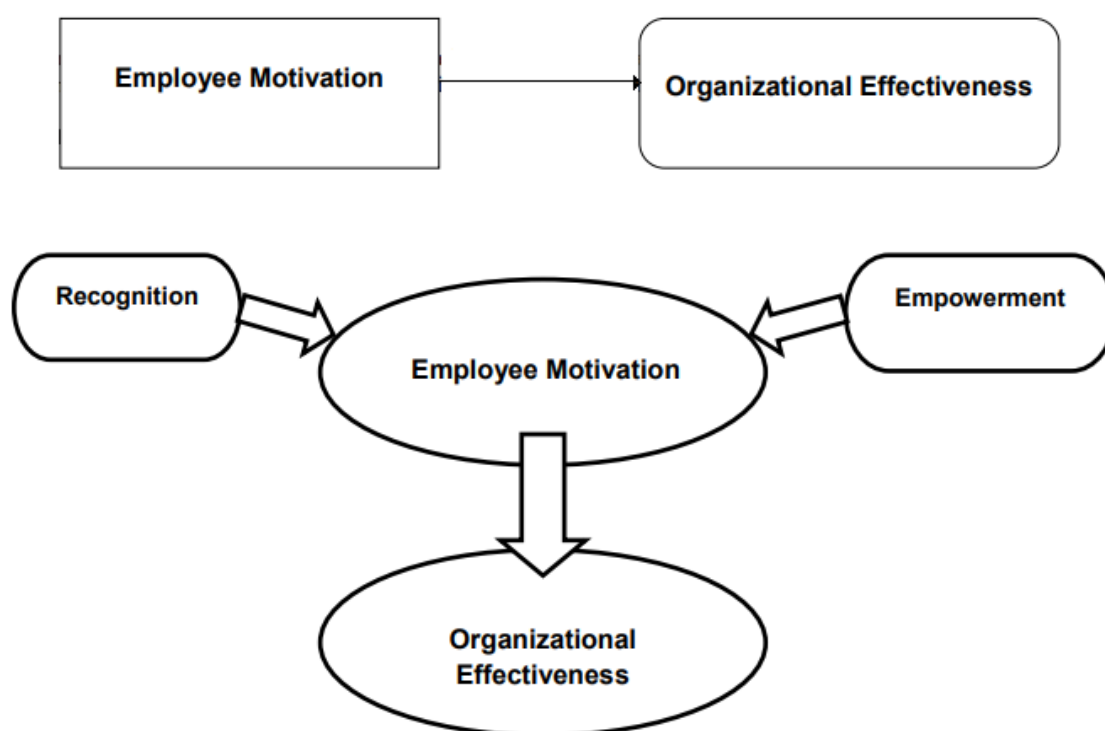


Figura 10 - Modelo apresentado por Manzoor

Ao longo do relatório apresentei as experiências que me dotaram de conhecimentos, que contemplaram as minhas áreas de formação base e que foram além disso. Hoje sei que compreendo melhor a importância da relação com o cliente, assim como o funcionamento da expansão internacional. Contactar com diversos mercados foi, sem dúvida, um grande contributo para que acabasse o

estágio com a sensação de que aprendi e que estou mais preparado para o futuro.

Uma vez que a empresa tinha necessidades em diferentes domínios, tive a oportunidade de me mostrar polivalente, chegando mesmo a aprender a lidar com programas com os quais nunca tinha lidado e a apresentar resultados.

Adquiri competências de trabalho em equipa o que aumentou o meu desempenho. Segundo Manzoor, Hussain e Ahmad, o trabalho em equipa, a confiança, o reconhecimento e as recompensas da equipa têm um resultado positivo no desempenho dos funcionários (Raheel Manzoor, Hussain, & Muhammad Ahmad, 2011).

Com o tirocínio ganhei consciência de como organizar um evento. Tive também a oportunidade, pela primeira vez, de testemunhar como se passam reuniões entre empresas.

Desenvolvi competências relativas à de gestão de projeto e usei ferramentas de gestão do mesmo. Tanto as competências como as ferramentas serão certamente muito úteis no meu futuro profissional.

Comuniquei com organizações de países estrangeiros sempre utilizando a língua inglesa para comunicar. Alguns dos países a que me refiro são Itália e Malta, entre outras.

Este estágio foi muito desafiante e fazer traduções de Português não só para Inglês, e vice-versa, mas também para Italiano e Espanhol. Foi também muito estimulante na medida em que queria apresentar bons resultados e criar conteúdo que esteve ao nível de ser partilhado pelos clientes dos projetos da empresa onde tirei.

Integrando este estágio assumi o compromisso de cumprir prazos de forma a nunca prejudicar a organização que me deu a oportunidade de me desenvolver. Aumentei também a minha capacidade de adaptação às exigências do mercado e, conhecer os mercados em que a empresa e seus projetos se incluem.

Tive a oportunidade de utilizar o conhecimento específico adquirido ao longo dos meus estudos, não só relativas ao Mestrado do qual, pelo seu plano curricular, surgiu este estágio, mas também da minha Licenciatura em Marketing.

Usufruí ainda da hipótese de viajar pelo país de forma a acompanhar as tarefas que os projetos da Tendência Imaginária. Fui a Nelas, Santa Maria da Feira, Gondomar, e a diversos lugares pelo Porto para representar a empresa e seus projetos.

À medida que ia apresentando as minhas propostas relativas às necessidades que cada projeto incluía fui recebendo respostas distintas, uma vez que algumas propostas eram aprovadas e outras não. Um exemplo prático disso foi ver um vídeo que fiz para a AIRV aprovado e não ver o mesmo acontecer com outro que fiz para a zonaverde e que precisou de sofrer alterações pela Dr.^a Heloísa dos Santos, o que me mostrou que o mercado de trabalho é extremamente exigente. Contudo, considero isto uma parte boa do meu tirocínio. A meu ver, é também necessário aprender a lidar com a reprovação em algumas ocasiões, pois desta forma tive de me manter motivado e esforçar-me mais para que apresentasse melhores resultados.

Pus em prática os conhecimentos adquiridos no âmbito das unidades curriculares do mestrado que integrei. Um excelente exemplo disso foi a unidade curricular Português – Projeto de Aplicação para a produção de materiais de comunicação da Tendência Imaginária – Ativação de Marcas, Lda., e Línguas e Relações Empresariais – Estudos de Caso que para além de me providenciar competências investigativas, linguísticas e textuais, me fez também perceber a cultura organizacional, relações interpessoais e o mercado de trabalho, preparando-me para ele.

Considero que existe um conjunto de medidas que beneficiariam a empresa onde estagiei, pelo que destaco agora algumas das minhas sugestões para a mesma. Em primeiro lugar, considero que a criação de um *website* é de extrema importância de forma a alcançar um maior número de potenciais clientes. Ao comunicar desta forma, a empresa pode aumentar as oportunidades de negócio, pois o alcance de potenciais clientes é maior. Uma vez que a Tendência Imaginária – Ativação de Marcas Lda. trabalha tanto num formato B2B, ativando marcas de empresas, como B2C, como é o caso do Consultório de Capacitação, então o *website* deveria estar dividido e apresentado pelos seus distintos projetos e/ou tipos de atividade. Deveria também ter uma apresentação dos serviços, um

local específico para que os potenciais clientes pudessem interagir com a empresa e onde os contactos fossem apresentados.

Considero também que, uma vez que a empresa acabou por deixar o Consultório de Capacitação para segundo plano, esta deveria optar por se afastar deste projeto, uma vez que não é muito lucrativo e implica que a equipa invista tempo e trabalho que poderia ser usado para se dedicar aos projetos que forem considerados prioritários, o que resultaria num melhor serviço para os clientes. Este tempo poderia também ser investido para fazer com que os *Tasteworkings* da PH Events passassem do domínio conceptual. A organização destes eventos daria visibilidade à empresa onde estagiei entre o tecido empresarial, e desta forma estaria em contacto direto com os seus clientes que poderiam atender aos serviços da Tendência Imaginária. Sendo que esta empresa tem o interesse de realizar também *Tasteworkings* internacionais então também poderia comunicar os seus serviços a empresas estrangeiras que tenham interesse em lançarem-se no mercado português.

Ao longo dos meses que passei com a Tendência Imaginária percebi que o mercado é deveras instável. Esta incerteza fez com que fosse impossível seguir o meu plano de trabalho de estágio de uma forma linear, mas isso não o tornou menos rico. Quer isto dizer que fiz muita coisa que não estava prevista e não fiz algumas que estavam. Vivenciei o mercado eruptivo, em constante evolução, que obrigou a empresa a reagir e a definir prioridades.

No decorrer do estágio estive aberto às experiências que este me traria assim como para a execução de qualquer tarefa que me fosse proposta e sinto que foi uma boa atitude para conseguir tirar o maior proveito possível desta experiência.

Sinto que fui extremamente bem acolhido, bastante apoiado por pessoas que me ensinaram muito, e não só a nível profissional, e que o meu trabalho e presença era valorizado na empresa em que tirocinei.

Esta foi a oportunidade de ter um conhecimento prático após ter adquirido muito conhecimento teórico ao longo do curso, funcionando como uma passagem dos estudos na universidade para o mercado de trabalho. Neste sentido, interpreto o referido estágio como o passo em direção ao início da minha carreira

profissional que me fez desenvolver muito em diversos níveis, incluindo o pessoal e que me deixou mais preparado para a minha integração no mercado de trabalho.

Referências Bibliográficas

- Castro, M. M. F. (2017). *A importância do branding para o sucesso das marcas no mercado*. Aveiro. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10773/24037>
- Chandler, J., & Owen, M. (2002). *Developing brands with qualitative market research*. London: SAGE Publications Inc.
<https://doi.org/10.4135/9781849208840>
- Cimatti, B. (2015). *Definition, Development, Assessment of Soft Skills and their Role for the Quality of Organizations and Enterprises*. International Journal for Quality Research, 10(1), 97–130. <https://doi.org/10.18421/IJQR10.01-05>
- Dissanayake, R., & Gunawardane, N. (2018). *Brand Activation: A Review on Conceptual and Practice Perspectives*. Asian Social Science, 14(8), 37.
<https://doi.org/10.5539/ass.v14n8p37>
- FOLLOW-UP | meaning in the Cambridge English Dictionary. (n.d.). Recuperado em October 21, 2019, de
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/follow-up>
- Jackson, N. (2013). *Promoting and Marketing Events*. (Routledge, Ed.), Promoting and Marketing Events (1st ed.). London: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203583166>
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management* (1st ed.). Berlin: Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-540-44729-0>
- Lipton, M. (1996). *Demystifying the Development of an Organizational Vision*. Sloan Management Review, 11. Recuperado de
<https://static1.squarespace.com/static/58e69cbebf629aaeb9981869/t/59163d31e4fcb569078d274f/1494629684233/Demystifying+the+Development+of+an+Organizational+Vision+-+SMR.pdf>
- Manzoor, Q.-A. (2012). *Impact of Employees Motivation on Organizational Effectiveness*. European Journal of Business and Management [Www.iiste.org](http://www.iiste.org) ISSN, 3(3). Recuperado de www.iiste.org
- Mission Statement Definition - Entrepreneur Small Business Encyclopedia. (n.d.). Recuperado em October 10, 2019, de
<https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/mission-statement>
- Nana, S., Tobias-Mamina, R., Chiliya, N., & Maziriri, E. T. (2019). *The impact of corporate rebranding on brand equity and firm performance*. Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR), 13(4), 102. Recuperado de www.jbrmr.com

- O que é um responsável pelo tratamento ou um subcontratante? | Comissão Europeia. (n.d.). Recuperado em October 28, 2019, de https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/rules-business-and-organisations/obligations/controller-processor/what-data-controller-or-data-processor_pt
- Pearce, J. A., & David, F. (1987). *Corporate Mission Statements: The Bottom Line*. *Academy of Management Perspectives*, 1(2), 109–115. <https://doi.org/10.5465/ame.1987.4275821>
- Perrotti, E., & Vasconcellos, E. P. G. de. (2005). *Estrutura Organizacional e Gestão do Conhecimento*. *Revista Eletrônica de Ciências Administrativas*, 4(2), 1–18. <https://doi.org/10.5329/recadm.20050402002>
- Pugh, D., & Salman, D. (1990). *Organization theory: selected readings / edited by D. S. Pugh* (3rd ed.). Harmondsworth: Penguin Books. Recuperado de https://trove.nla.gov.au/work/6358248?q&sort=holdings+desc&_=1575344553453&versionId=39886311
- Raheel Manzoor, S., Hussain, M., & Muhammad Ahmad, Z. (2011). *Effect of Teamwork on Employee Performance*. *International Journal of Learning & Development*, 1(1). <https://doi.org/10.5296/ijld.v1i1.1110>
- Serralvo, F., & Furrier, M. (2004). *Fundamentos do Posicionamento de Marcas - Uma Revisão Teórica*. São Paulo. Recuperado de www.anpad.org.br
- Simmons, J.; Clifton, R. (2005). *Brands and Branding*. (The Economist, Ed.) (1st ed.). London: Profile Books Ltd. Recuperado de https://www.academia.edu/35792969/Brands_And_Branding_-_Rita_Clifton_And_John_Simmons
- Smith, D. C., & Aaker, D. A. (1992). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. *Journal of Marketing*, 56(2), 125. <https://doi.org/10.2307/1252048>
- Swartz, T. A., & Iacobucci, D. (2000). *Handbook of services marketing & management*. (T. A. Swartz & D. Iacobucci, Eds.). Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications, Inc. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4135/9781452231327>

Anexos

Anexo 1 – Colateral Reallyenglish



Adding Value. Simply.

Digital content and platform solutions for
English language learning



Quando fundamos a Reallyenglish há 15 anos, o nosso objetivo era simples: fornecer excelência na aprendizagem online da língua inglesa.

Atualmente, conhecemos as necessidades dos estudantes e a nossa crença no poder da tecnologia para fornecer interatividade, flexibilidade e um formato mais interessante para obtenção de conhecimento, é mais forte do que nunca.



Temos milhares de horas de material de qualidade, incluindo **General English**, **Business English**, **IELTS**, **TOEIC**, **Academic English**, **General Vocabulary** e **Subject-specific Vocabulary**. Tudo isto acessível através de um computador ou de um dispositivo móvel.

A nossa gama de conteúdos está pronta a ser usada ou pode ser adaptada para se ajustar a si e à sua organização.

Temos mais parcerias com editoras líderes do que qualquer outro fornecedor digital e temos trabalhado de perto com centenas de escolas, instituições e empresas para oferecer soluções de aprendizagem à medida.

www.reallyenglish.com

Solução de marca branca

No ambiente competitivo da provisão da língua inglesa, reconhecemos que a marca é importante. E por isso, oferecemos o nosso conteúdo de forma diferente. Possui a oportunidade de usar o nosso conteúdo e a plataforma com a marca Reallyenglish ou totalmente em branco, o que lhe concede flexibilidade para utilizar a sua marca na plataforma.

Usamos o seu logótipo, a sua coloração e o nome dos cursos para que o nosso conteúdo pareça seu.



Marketing

Sabemos que depois de ter a sua marca na plataforma, poderá precisar de aumentar a consciencialização sobre a sua oferta digital tanto para os alunos efetivos, como para potenciais alunos e novos parceiros. A nossa equipa de apoio ao Marketing garantirá que tenha materiais prontos para web e impressão, em diversos formatos. Estes podem ser adaptados aos seus materiais promocionais e à imagem da sua organização.



Gestão do Estudante

Desde a nossa fundação, nunca paramos de melhorar as nossas ferramentas que permitem gerir as aprendizagens e contamos com a experiência de milhares de implementações em grandes e pequenas empresas.

A nossa prioridade é garantir que os alunos concluam as lições e estudem regularmente.

Treino e Suporte

A nossa equipa de vendas trabalhará de perto consigo e fornecerá orientações sobre as configurações, taxas de aprovação e a duração dos cursos que atendem às necessidades do seu grupo de alunos. Também podemos aconselhar sobre a melhor forma de reorganizar o conteúdo do curso para atender aos requisitos do plano de estudos.

Oferecemos treino e apoio completo e temos um processo de integração eficaz para garantir que se sentem confortáveis a utilizar as ferramentas de gestão e que se conseguem familiarizar com o conteúdo de aprendizagem.



Since becoming involved with Reallyenglish I have been extremely impressed with the support I have received from the team. Any questions I've had, have been answered quickly and clearly which has helped us in implementing the platform. TEG are looking forward to working with Reallyenglish in the future and developing our mutual brands further. Chris Humphrey, Vice-Principal, TEG English

Perfil do Estudante

Ao longo dos anos, alcançamos excelentes taxas de conclusão e satisfação e ajudamos os alunos a fazer visíveis progressos em testes internacionais padronizados. Isto deve-se, em parte, à forma como o aluno interage com o sistema de gestão.

Pode automatizar atualizações regulares sobre o progresso do aluno, que o irão lembrar das suas metas de estudos, optar por e-mails personalizados de *coaching* para os motivar a iniciar sessão e comunicar com grupos e indivíduos sempre que precisar.

A extensão e a flexibilidade do nosso sistema de gestão de alunos dão-lhe tudo o que precisa para avaliar o progresso, através do clique de um botão. Uma variedade de relatórios dar-lhe-ão uma visão de quão bem os alunos estão, em qualquer fase do curso. Isto pode ser usado como parte do processo de avaliação, para desenvolver os portfólios dos alunos e fornecer *feedback* aos *stakeholders*.

www.reallyenglish.com

Aprendizagem personalizada e combinada

As organizações com quem fazemos parceria têm a flexibilidade de estruturar o conteúdo do curso da maneira mais adequada aos alunos. Pode optar pela aprendizagem autónoma, na qual os alunos recebem o material apropriado para ser concluído com base nos seus níveis e habilidades, ou pode seguir uma abordagem mais linear e usar o tempo de aula para designar lições específicas como trabalho de casa.

Todo o nosso material pode ser reestruturado ou reordenado, o que lhe permitirá combinar tópicos e funções de forma adaptada ao plano de estudos.

Os nossos principais cursos, *General English (Practical English)* e *Business English (Business Speaking)*, têm aulas combinadas. Estes possuem lições básicas imprimíveis, notas e áudios auxiliares, e são projetados para um período de aulas de 50 a 60 minutos.

O conteúdo da lição está ligado à sua lição digital e é especificamente focada em habilidades comunicacionais.

Os materiais didáticos combinados estão disponíveis em PowerPoint, com áudio, pronto para apresentação em sala de aula.



I find Reallyenglish to be a truly reliable and committed partner. Their staff is knowledgeable and focused, and has a thorough understanding of online learning media. This is a fully customer-oriented company, well aligned with the educational needs of adults and young adults in corporate and academic environments

Josep Maria Mas, ELTPublishingManager,
Cambridge University Press

www.reallyenglish.com

Soluções Personalizadas

Na Reallyenglish estamos constantemente a inovar para atender às necessidades dos alunos de todo o mundo. Temos a experiência e o conhecimento de trabalhar com os nossos parceiros de perto, através de *Joint Ventures* e projetos, para fornecer os materiais necessários para cursos e programas específicos.

Alguns exemplos:

Joint Ventures

Nas nossas Joint Ventures, trabalhamos com editores, universidades, órgãos governamentais, corporações e organizações culturais para desenvolver novos cursos e conteúdos.

Cambridge University Press: Desenvolvimento de um curso de expressão oral para apoio ao 'Let's Talk'.

Pearson Education: Criação de um curso de leitura fluente baseado nos artigos da Financial Times.

The British Council: Produção de um curso de preparação para os exames de compreensão oral e escrita da IELTS Academic.

Colaboração

As nossas soluções à medida estão também disponíveis sobre a forma de colaboração com instituições específicas nos mercados onde estamos presentes.

Os nossos parceiros podem usar o nosso sistema de gestão de conteúdo e os mais de 50 modelos disponíveis, para oferecerem o seu próprio curso através da nossa plataforma ou podem encomendar a redação de materiais para atender às necessidades de um programa específico.

Hong Kong State School Sector: Criação de um curso de vocabulário para escolas secundárias.

Kyoto University: Desenvolvimento de um curso auditivo baseado nos vídeos produzidos em sala de aula.

Mitsui & Co, Ltd.: Curso de escrita e produção documental baseado na comunicação e na documentação da empresa.

Conteúdo para Plataformas Existentes

Para organizações que já possuem uma plataforma, fornecemos conteúdo bruto e arquivos SCORM para entrega por meio de sistemas alternativos de *Learner* e *Content Management Systems*.

Gaba: Fornecimento de materiais de teste para distribuir através dos seminários de treino TOEIC™.

Shanghai Foreign Language Education Press: Disponibilização de lições relevantes e distintas para o *Writing for Business* no formato SCORM.

Nikkei Inc: Conteúdo fornecido para vários livros de estudo autónomo sobre *Retail Sale*.

Cursos Internacionais



Practical English Starter



Practical English Started é um curso de inglês geral para alunos de nível A1, que ajudará a melhorar as competências básicas do idioma e a aumentar a confiança.

Wordmine



Wordmine é projetado para alunos de todos os níveis que desejem melhorar e dominar vocabulário novo. Esta série é composta por cursos para praticar vocabulário geral e possui 22 áreas específicas para ajudar os alunos a dominar centenas de novas palavras em contexto.

IELTS Coach



IELTS Coach é um curso de estudo autônomo, para alunos de nível B1, desenvolvido em parceria com o British Council, para alunos que pretendam melhorar as suas classificações nos testes de compreensão oral e compreensão escrita da IELTS Academic.

Business Speaking



Business Speaking é um curso de estudo autônomo e de aprendizagens combinadas de nível B1 – B2 projetado para alunos que desejam melhorar as suas competências comunicacionais em diversos contextos de negócios.

Need to Read



Need to Read é um curso de estudo autônomo de nível B1 – C1 para alunos que precisem de melhorar a sua compreensão escrita, aumentar a velocidade de leitura e o vocabulário.

Key:

 Mobile compatible

 Blended learning / Printlessions

www.reallyenglish.com

Practical English 7



Practical English 7 é um curso de inglês geral para alunos de nível A2 – C1 que irá ajudar os alunos a melhorar as suas competências básicas de inglês da maneira mais eficiente possível. O curso pode ser configurado de forma adaptada ou linear, dependendo das necessidades do programa.

Academic English



Academic English é um curso de estudo autônomo para alunos no nível B1 que precisem de melhorar a sua compreensão oral e escrita para se prepararem para estudos complementares de inglês ou exames internacionais, como o IELTS e TOEFL.

IELTS Trainer



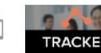
IELTS Trainer é um curso de estudo autônomo de nível B2, para alunos que precisem de aprimorar as classificações nos testes de compreensão oral e compreensão escrita da IELTS Academic.

Kickoff for the TOEIC® L&R



Kickoff for the TOEIC® L&R é um curso de preparação e prática para quem pretenda fazer o teste TOEIC® Listening and Reading. Tem enfoque em áreas problemáticas comuns e inclui técnicas e estratégias para a realização dos testes, em formato de vídeo.

Tracker for the TOEIC® L & R



Tracker for the TOEIC® L&R é um conjunto de 4 testes práticos para estudantes que pretendam fazer o teste TOEIC® Listening and Reading.

Writing for Business



Writing for Business é um curso de escrita on-line para alunos com nível B1 – C1 que queiram melhorar as suas habilidades de correspondência comercial. Será acompanhado por um tutor on-line para obtenção de feedback.

Anexo 2 – Regulamento Geral de Proteção de Dados

Política de Privacidade e Termos de Utilização

Declaração de Aceitação e Adesão

Declaro que os dados e informações por mim prestados no presente termo de adesão são precisos, completos e verdadeiros, comprometendo-me a informar a Reallyenglish caso ocorra alguma alteração aos mesmos. Aceito os termos e condições do website da Reallyenglish tal como definidos abaixo.

A Reallyenglish assume consigo um compromisso de privacidade em relação aos dados que nela depositar.

Autorização para o tratamento de dados pessoais

Autorizo o tratamento dos meus dados pessoais pela Reallyenglish nos termos da lei em vigor, no âmbito das suas atividades, tendo em vista as finalidades de gestão dos programas de formação e atividades relacionadas. Nos termos da lei, foi-me informado que me é garantido, enquanto titular dos dados pessoais tratados, o direito de acesso, retificação e eliminação dos meus dados pessoais no âmbito da base de dados. Para o efeito, caso pretenda aceder, retificar ou eliminar os meus dados pessoais, deve contactar partners@reallyenglish.com

Identificação do tratamento

Esta política explica quais são os dados pessoais recolhidos, como e porque os usamos, e o que fazemos para mantê-los seguros. Também define os seus direitos em relação aos seus dados pessoais. Esta política destina-se a garantir que a sua informação é utilizada de forma justa, legal e transparente, de acordo com as leis de proteção de dados do Reino Unido e da UE ('Leis de Proteção de Dados').

Descrição do Tratamento a realizar

Recolhemos as seguintes informações sobre usuários finais individuais da plataforma: Informações que disponibiliza quando se regista na Plataforma (incluindo primeiro nome, nome de família, e endereço de e-mail); Detalhes do dispositivo que usa para ter acesso à plataforma (por exemplo, o acesso à plataforma através de um computador móvel ou desktop e informações sobre o dispositivo, como o navegador e a resolução da tela) que usamos para otimizar sua experiência na plataforma; Informações sobre sua capacidade de linguagem, utilização, frequência e progresso do(s) curso(s); Qualquer comentário ou opinião que nos fornecer sobre a Plataforma ou nossos serviços.

Quando e como recolhemos os seus dados pessoais?

Recolhemos dados pessoais sobre pessoas que se registam ou usam a Plataforma e que comunicam connosco, incluindo informações:

Subcontratados

Não existe um serviço externo subcontratado que trata os dados pessoais.

Finalidades do Tratamento

(ACTIVIDADE EDUCATIVA) Gestão de Alunos

Recolha de Dados

Internet: Para se inscrever na plataforma é necessário introduzir nome e um endereço de email; Informações sobre as competências linguísticas e progresso ao longo do curso; Feedback ou opinião que seja partilhada sobre o serviço.

Prazo máximo de Conservação de Dados Pessoais

Apenas retemos dados pessoais o tempo necessário para as finalidades descritas nesta política (ou para fins compatíveis relacionados, como o cumprimento das exigências legais, contábeis ou de manutenção de registos). Para determinar o período de retenção adequado para dados pessoais, consideramos a quantidade, a natureza e a sensibilidade dos dados pessoais, o risco potencial de danos decorrentes de seu uso ou divulgação não autorizados, as finalidades para as quais processamos seus dados pessoais e se podemos alcançar esses fins por outros meios e os requisitos legais aplicáveis. Se eliminar a sua conta, ou se a sua licença para ter acesso à Plataforma for terminada ou expirada, normalmente apagaremos todas as informações relacionadas consigo e com os seus estudos num período de 6 meses.

Como protegemos os seus dados pessoais

Estabelecemos medidas de segurança apropriadas para impedir que os seus dados pessoais sejam acidentalmente perdidos, usados, acedidos por pessoas não autorizados, danificados, destruídos, alterados ou divulgados. Isso inclui medidas de segurança física, como manter arquivos em papel em instalações seguras e controlados por acesso. Inclui ainda medidas de tecnologia de segurança eletrónica, como esmerados protocolos de criptografia, backups digitais e proteção antivírus.

Alterações à Declaração de Privacidade

Esta política de privacidade será atualizada com alguma regularidade. A versão atual será sempre publicada no nosso site. Esta política foi atualizada pela última vez em 29 de julho de 2019.

- Fornecidas pelos utilizadores finais da Plataforma (por exemplo, preenchendo formulários dentro da Plataforma);
- Geradas ou recolhidas ao longo da duração do curso na Plataforma;
- Informações dentro de correspondência (como assinaturas de e-mail e metadados).

Quem tem acesso aos seus dados pessoais?

Os dados pessoais que nos fornecer servirão para demonstração de produto aos nossos clientes, pelo que estes poderão visualizar o seu nome e endereço de e-mail apenas durante o momento da demonstração de produto, sendo que nunca passaremos diretamente os seus dados a terceiros, permitindo-lhes apenas a visualização da sua performance enquanto nosso utilizador. Os nossos funcionários e contratados poderão também ter acesso a informações para que possamos utilizá-las para os propósitos explicados anteriormente nesta política (como, por exemplo, fornecer acesso à Plataforma e seus materiais).

Não divulgaremos ou compartilharemos os seus dados pessoais com outros controladores de dados sem a sua permissão. As únicas exceções são as estabelecidas acima e onde somos legalmente obrigados a divulgar informações, ou no caso de nossos negócios serem vendidos e a Plataforma e os serviços serem assumidos por outra empresa. Também podemos ser obrigados a compartilhar informações pessoais com autoridades reguladoras no caso de uma auditoria ou investigação.

Alguns dos terceiros que nos fornecem serviços podem ter acesso a informações pessoais que controlamos. Isso inclui provedores de software (como a Microsoft), provedores de serviços em nuvem e serviços de suporte de TI. No entanto, esses terceiros só processarão dados pessoais (que podem incluir suas informações) em nosso nome para fins específicos e de acordo com nossas instruções estritas.

Utilizamos apenas prestadores de serviços terceirizados que fornecem garantias suficientes, conforme exigido pela lei de proteção de dados, de que os seus dados pessoais serão mantidos em segurança. Sempre garantimos a existência de um contrato por escrito que proteja as suas informações e impeça que sejam usados para qualquer finalidade que não seja com a nossa prestação de serviço, de acordo com as Leis de Proteção de Dados.

Confidencialidade

Pela própria natureza e objetivos dos serviços interativos aqui disponibilizados, é requerido aos utilizadores o fornecimento de informações que podem ser consideradas de carácter pessoal. Os nossos serviços respeitarão sempre o previsto na Lei de Proteção de Dados Pessoais - Lei n.º 67/98, de 26 de outubro, considerando todas as alterações introduzidas a esta lei, nomeadamente as decorrentes da Declaração de Retificação n.º 22/98, de 28 de novembro, e da Lei n.º 103/2015, de 24 de agosto. Serão apenas pedidos e recolhidos os dados necessários à prestação dos serviços da Reallyenglish, de acordo com a informação explícita no sítio e as opções do utilizador.

Anexo 3 – Questionário Reallyenglish UX Lab

Reallyenglish UX Lab - Questionário

Olá!

Muito obrigado por nos ajudares (mais uma vez) com o desenvolvimento e melhoria dos nossos produtos.

Responde de forma o mais espontânea possível. É importante que não penses demasiado na resposta porque a tua avaliação imediata é que é importante.

Por favor, assinala sempre uma resposta, mesmo que não tenhas certezas se os termos se enquadram ou não com o produto.

Não há respostas "certas" ou respostas "erradas". A tua opinião pessoal é que conta!

Por favor, dá-nos a tua avaliação real do programa Reallyenglish que frequentaste.

Boa sorte!

***Obrigatório**

1. Nome completo *

2. Idade *

3. Ocupação *

4. Há quanto tempo estudas inglês? (em anos) *

5. Que ferramenta costumavas utilizar para estudar? *

6. Porque consideras importante estudar inglês? *

7. Já utilizaste alguma aplicação móvel ou algum serviço e-learning antes? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Sim
- ☐ Não

8. Como descreves o teu nível de inglês? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Iniciante (A1)
- ☐ Iniciante (A2)
- ☐ Intermédio (B1)
- ☐ Intermédio (B2)
- ☐ Avançado (C1)
- ☐ Avançado (C2)
- ☐ Outra: _____

Perguntas de utilização**9. Para completares o teu curso, utilizaste: ****Marcar tudo o que for aplicável.*

- ☐ Computador
- ☐ Telemóvel
- ☐ Tablet

10. Qual foi o dispositivo mais utilizado? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Computador
- ☐ Telemóvel
- ☐ Tablet

11. Se usaste mais do que um dos dispositivos das opções, qual foi o que mais gostaste de utilizar?*Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Computador
- ☐ Telemóvel
- ☐ Tablet

Perguntas de satisfação geral

Para avaliação do produto, preenche o seguinte questionário. O questionário consiste em pares de atributos contrastantes que podem ser aplicados ao produto na sua totalidade (cursos, conteúdos, experiência de utilização, etc.). Os círculos entre os atributos representam a gradação entre os opostos. Podes concordar com os atributos marcando o círculo que melhor reflete a tua opinião.

12. 1. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Desagradável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Agradável

13. 2. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Incompreensível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Compreensível

14. 3. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Criativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sem criatividade

15. 4. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
De fácil aprendizagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	De difícil aprendizagem

16. 5. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Valor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sem valor

17. 6. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Aborrecido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Excitante

18. 7. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Desinteressante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Interessante

19. 8. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Imprevisível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Previsível

20. 9. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Rápido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lento

21. 10. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Original	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Convencional

22. 11. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Obstrutivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Conductor

23. 12. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Bom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mau

24. 13. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Complicado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Fácil

25. 14. *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Desinteressante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Atrativo

Anexo 4 – Exemplo de Email para o mercado de Malta

Hello from Reallyenglish - Digital solutions for English learning – GV Malta



Mário Rui Neto <mario@reallyenglish.com>
to info ▾

Sep 18, 2019, 2:20 PM ☆ ↶ ⋮

Hello,

My name is Mario Rui Neto, and I'd like to introduce you to **Reallyenglish**, a digital platform with thousands of hours of premium quality content that will help your students improve their English proficiency.

The reason for contacting you is that we believe our products will be a great addition to your business, so we would like to present them to you (in person or via Google Meet), and then send you **free trial keys** for you to test.

Reallyenglish can offer you:

- An **e-learning** and **m-learning** platform for its users as a complement / support option (b-learning);
- **Low-cost, easy-to-use**, comprehensive English language learning service with a variety of courses, structured support and tools, providing digital content without major investment or product development.
- The possibility to choose from a variety of courses, where there are classes with **specific content** for specific areas;
- A platform **adapted to the lifestyle** of all its users, who can use it on their computer, tablet or mobile device, and therefore learn with more ease;
- You will be able to **supervise** your students to **effectively evaluate** who studies and who doesn't, thus maximizing your investment.

We invite you to visit our website at www.reallyenglish.com so you can get to know us better.

Do you have any questions? For clarification you can schedule a meeting with us through the link: [Your Reallyenglish Meeting](#)

Wishing you a great day.

All the best,



Mário Rui Neto

p: +442079939040

a: 1 Primrose Street., London, EC2A 2EX

e: mario@reallyenglish.com



Anexo 5 – Tradução (Inglês-Português) dos cursos Reallyenglish

Writing for Business

Writing for Business é um curso de escrita *online* desenvolvido para alunos que precisam de melhorar suas competências de correspondência comercial. Abrange mais de 100 situações de negócios do cotidiano e fornece exercícios para praticar a escrita através de contextos reais sob a forma de e-mails, cartas, relatórios, apresentações e memorandos. Tarefas escritas podem ser enviadas para um tutor para obtenção de feedback pessoal.

Nível: CEFR B1 - C1 | TOEIC® 440+ *

Número de Aulas: 105 (Digital)

Duração das Aulas: Aprox. 60 min

Conteúdo Chave: Escrever emails, cartas formais, relatórios, apresentações e memorandos.

Caraterísticas Adicionais: Correção por parte de um tutor online experiente

Atualmente, o Need to Read está apenas disponível para desktop ou laptop.

*TOEIC® é uma marca registrada do Educational Testing Service (ETS). O Need to Read não é subscrito ou aprovado pelo ETS.

Sobre Writing for Business

O **Writing for Business** pode ser usado de forma flexível como curso autônomo ou como trabalho de casa para alunos que precisam de melhorar as suas competências de escrita em contextos de negócio.

Aqueles que estão dispostos a dedicar 2 a 3 horas por semana durante vários meses irão ver uma melhoria significativa nas suas capacidades e terão mais confiança em gerir a comunicação com os colegas nas diversas situações.



Scaffolded Lessons

No início do **Writing for Business**, os alunos fazem um breve teste escrito e têm à sua disposição aulas no nível que lhes é recomendado.

Cada aula começa com um estudo de caso que resume de forma claro o contexto e os objetivos da mesma. Ele é seguido de uma série de atividades, para ajudar os alunos a planejar, escrever e a finalizar as suas redações, antes de aplicarem as suas competências na realização de uma tarefa de redação em contexto real. Os alunos são totalmente apoiados com dicas e modelos de escrita antes de passarem para a tarefa final.



Uma estrutura de curso premium pode ser organizada para que os alunos possam enviar as suas tarefas escritas para um dos nossos tutores online de forma a receber feedback. Receberão comentários detalhados sobre como o objetivo foi atingido, bem como comentários sobre a organização, precisão, alcance e estilo. Os alunos também podem partilhar as suas tarefas na Galeria para aprender com outras pessoas.

Writing for Business oferece:

- 105 aulas divididas em 7 níveis entre B1 - C1.
- Tópicos e tarefas que incluem uma grande variedade de contextos reais, do quotidiano, na área dos negócios.
- Feedback personalizado de um tutor, sobre as tarefas de redação, onde se encontra detalhado aspetos sobre a organização da informação, alcance e precisão da linguagem utilizada, o estilo e registo.
- Prática estruturada para ajudar os alunos a planejar, escrever e finalizar a suas redações com dicas úteis e modelos de redação para referência.
- Resumos imprimíveis no final da aula, com textos modelo, prós e contras, e frases úteis.
- Atualizações de progresso incorporadas e um teste final de curso para avaliar o progresso.

Lesson Flow

As aulas seguem um ciclo sistemático de apresentação do contexto e objetivos, prática e preparação e conclusão de uma tarefa de escrita realista.

O material é dividido em módulos curtos para que os alunos possam começar uma aula, fazer uma pausa e simplesmente continuar de onde pararam.



Um teste inicial avalia as competências dos alunos e garante que estejam a trabalhar no nível certo.



Cada aula é baseada numa situação real do quotidiano na área dos negócios.



Um estudo de caso e um objetivo são apresentados para que os alunos entendam o que vão fazer nas suas tarefas de redação.



Os alunos são apoiados através de um ciclo de treino, onde aprendem a planejar, elaborar e a finalizar o seu trabalho.



O trabalho pode ser enviado a um tutor online para obtenção de feedback sobre o objetivo foi atingido, assim como sobre a organização, precisão, alcance e estilo.

O conteúdo das aulas de Writing for Business é personalizável, permitindo criar minicursos que vão ao encontro de programas específicos de currículo e de requisitos do programa.

Anexo 6 – Tradução (Inglês-Português) de um Manual de Utilização da Reallyenglish



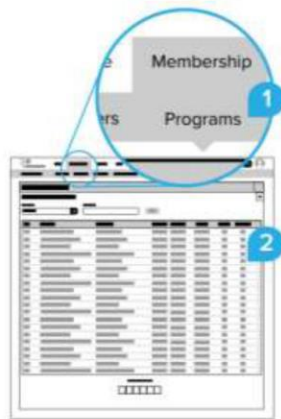
Manual de Utilizador – Gestão de Programas

Português

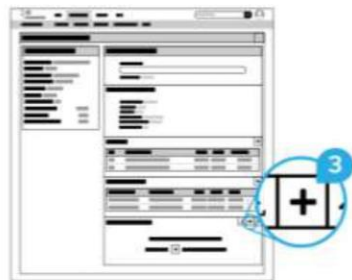
Conteúdos

Gerir a distribuição de chaves	2
Gerir alunos inscritos	4
Enviar e-mails de inscrição a alunos selecionados	7

Gerir a distribuição de chaves



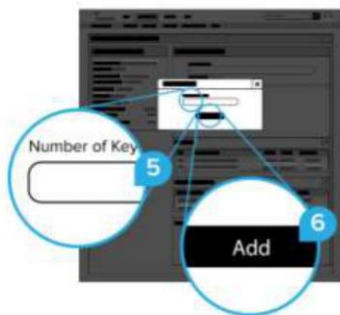
1. Navegue até à área **Membership** e depois **Programs**.
2. Selecione o **Programa** em que deseja gerir os alunos.



3. Crie a **Chave de Licença** para o programa clicando no botão **Plus**, na secção Keys & Enrolled Students.

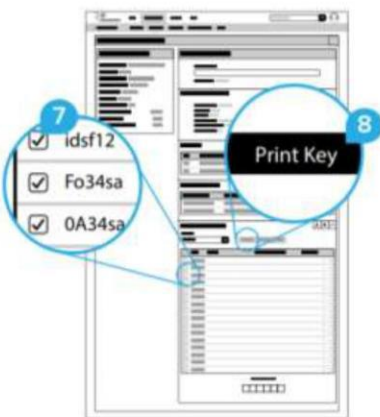


4. Selecione **Generate Keys**.



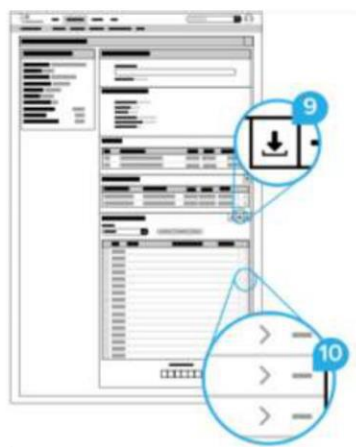
5. Introduza o número de chaves a ser criadas.

6. Clique no botão **Add**.



7. Opcionalmente, pode seleccionar as chaves que deseja imprimir.

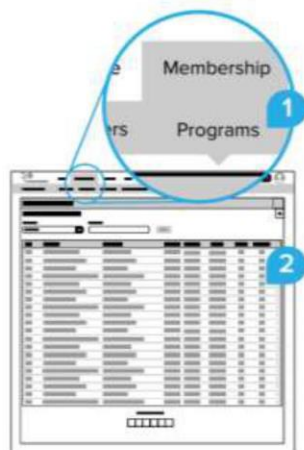
8. Depois de seleccionar as chaves que deseja imprimir, clique no botão **Print KeyD**.



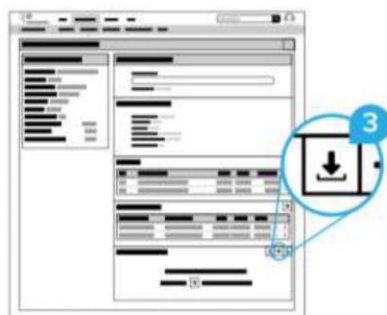
9. Clique no botão **Download** para fazer o download da lista de chaves em formato CSV.

10. Para **remover a chave** clique no botão **Minus** ao lado da chave a remover.

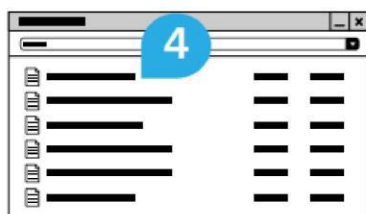
Gerir alunos inscritos



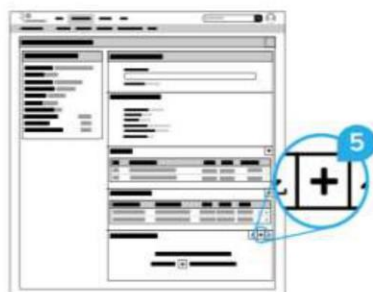
1. Navegue até à área **Membership** e depois **Programs**.
2. Selecione o Programa em que quer gerir os alunos.



3. Localize a secção **Keys & Enrolled Students** do programa. Faça o download do ficheiro CSV, clicando no botão **Download**, para o usar como template.



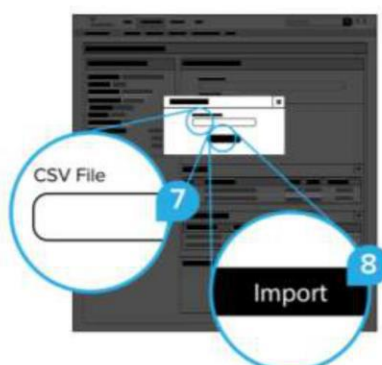
4. Localize o ficheiro CSV, adicione toda a informação pedida para cada estudante e guarde.



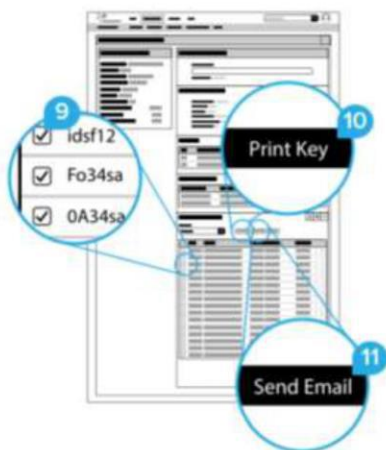
5. Volte ao **Program** e clique no botão **Plus** na secção **Keys & Enrolled Students** do programa.



6. Selecione **Enroll Students**.



7. Clique no **campo do ficheiro CSV** e selecione o ficheiro CSV a ser usado. Os alunos só podem ser inscritos em CSV.
8. Clique no botão **Import**.

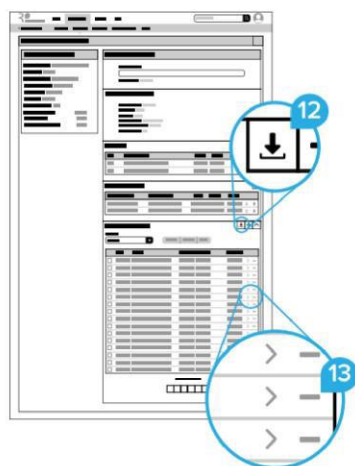


9. Opcionalmente, pode seleccionar os alunos a quem quer enviar e-mails de registo ou de quem deseja imprimir as chaves.

10. Depois de seleccionar os alunos cujas chaves deseja imprimir, clique no botão **Print Key**.

11. Depois de seleccionar os alunos a quem quer enviar um e-mail de registo, clique no botão **Send Email**.

⚠ Se a data de inscrição no programa for após a data em que os alunos foram inscritos, a função enviar e-mail não estará disponível.

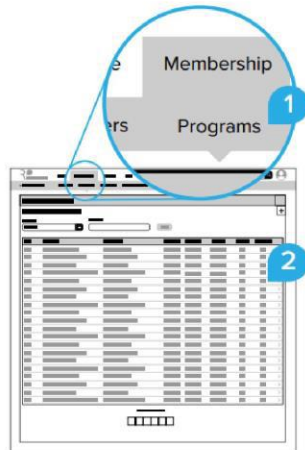


12. Clique no botão **Download** para fazer o download da lista completa dos **alunos inscritos** em formato CSV.

13. Para **remover** um aluno, clique no botão **Minus** ao lado do aluno que deseja remover. Desta forma, remove o aluno do programa e elimina qualquer curso que tivesse sido criado para o aluno.

⚠ Isto não exclui o aluno da Organização. Se o aluno tiver estudado, o aluno será indicado como removido e a chave será considerada usada.

Enviar e-mails de inscrição para alunos selecionados



1. Navegue até à área **Membership** e depois **Programs**.
2. Selecione o **Program** em que quer gerir os alunos.



3. Selecione os alunos a quem quer enviar um e-mail de inscrição.
 4. Clique no botão **Send Email** para enviar um e-mail de inscrição, que será enviado imediatamente.
- ⚠ Se a data de inscrição no programa for após a data em que os alunos foram inscritos, a função enviar e-mail não estará disponível.

Anexo 7 – Tradução de *Newsletter* (Português-Italiano)



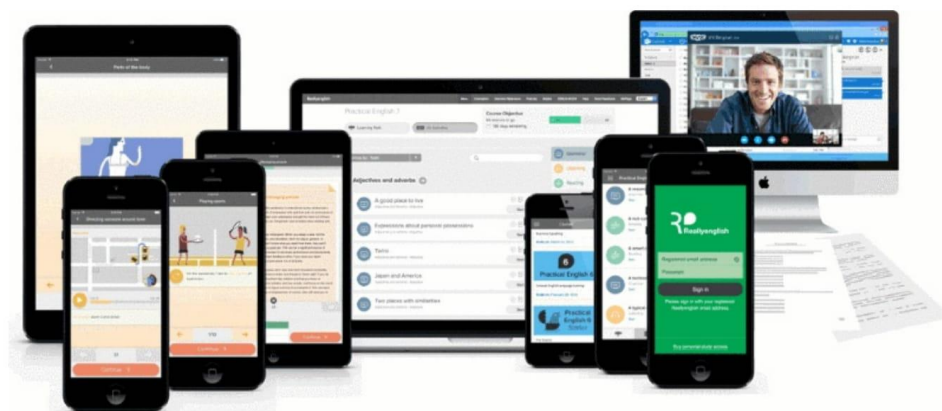
E-learning flessibile, economico, soluzioni di apprendimento tramite dispositivi mobili e attività combinate per le scuole di lingua.

E-learning flessibile, economico, soluzioni di apprendimento tramite dispositivi mobili e attività combinate per le scuole di lingua.

È probabile che i tuoi studenti vengano nella tua scuola con l'aspettativa non solo di migliorare il tuo livello di inglese, ma anche di essere in grado di farlo in viaggio.

Per molte scuole, implementare soluzioni di e-learning e di mobile learning può essere costoso e rappresentare molte ore di lavoro interno. La buona notizia è che non deve essere così.

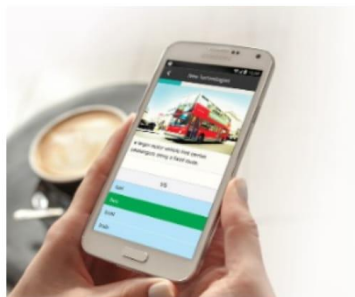
A **Reallyenglish** crediamo che le scuole dovrebbero essere in grado di fornire ai loro studenti materiali di qualità accessibili e resi disponibili in qualsiasi momento e ovunque.



L'esperienza conta.

Abbiamo lavorato con scuole distribuite nel continente asiatico per oltre 15 anni, fornendo loro contenuti che supportano l'insegnamento in classe. Durante questo periodo abbiamo sviluppato migliaia di ore di materiali che vanno dall'inglese generale all'inglese commerciale, agli esami, all'inglese accademico e al vocabolario, tra gli altri.

Il nostro team è composto da insegnanti e formatori, autori, programmatori, designer e specialisti dell'assistenza clienti che lavorano insieme per rendere eccezionali i nostri prodotti, le piattaforme e l'esperienza utente.



Hai uno smartphone?

Stimiamo che il 99,9% dei suoi alunni ne abbia uno, e che faccia tutto con questo. È molto probabile che abbia anche l'aspettativa di esercitare il suo inglese con il dispositivo, ma in una forma più strutturata e focalizzata. siano in grado di praticare il loro inglese con il dispositivo.

Con Reallyenglish, i tuoi alunni potranno accelerare il loro apprendimento ogni volta che vorranno, per esempio in autobus o in treno, o anche mentre aspettano un amico.

Puoi facilmente tracciare un percorso per seguire il loro contenuto programmatico: basta scegliere il contenuto e selezionare i parametri. Questo corso può essere sviluppato in modo adattivo da ogni studente, concentrandosi sulle aree in cui hanno maggiori difficoltà o selezionando i materiali associati alle attività che si desidera vengano completate.

Inoltre, ti invieremo aggiornamenti sui tuoi progressi per motivarti e seguirti.
Indipendentemente dal percorso che scegli e anche dalla quantità di contenuti che selezioni, i costi rimarranno gli stessi.



Vogliamo essere il tuo compagno di studio.

I nostri contenuti e piattaforme sono disponibili in formato white-label, in modo che tu possa rendere il contenuto disponibile con il tuo logo, nome e colori, rispecchiando la tua organizzazione. Puoi facilmente scegliere la frequenza con cui vuoi che i tuoi studenti studino da soli e guardare i tuoi progressi attraverso il nostro sistema.

In **Reallyenglish** crediamo che passare al digitale dovrebbe essere semplice ed economico, quindi offriamo soluzioni di e-learning e m-learning per meno del costo di un libro.

Non ci sono pagamenti o acquisti iniziali, nessun costo legato alla ristrutturazione dei materiali o costi con il marchio della piattaforma con l'immagine della tua organizzazione.

Vuoi sapere di più? Clicca qui

Parla con noi!

Voglio sapere di più? Abbiamo i **migliori prezzi di mercato!**

Richiedici le demo gratuite e fatti qualsiasi domanda. Insieme troveremo le giuste soluzioni per le esigenze della tua organizzazione.

[Rispondi a questa email.](#)

Reallyenglish offices:

📍 United Kingdom 📍 Japan 📍 China 📍 Hong Kong 📍 Singapore

www.reallyenglish.com

Anexo 8 - Tradução de *Newsletter* (Português-Espanhol)



Flexible, e-learning accesible, soluciones de aprendizaje a través de dispositivos móviles y actividades combinadas para Escuelas de Idiomas.

Es probable que sus alumnos lleguen a su escuela con la expectativa de no sólo mejorar su nivel de inglés, sino también de poder hacerlo *on-the-go*.

Para muchas escuelas, implementar soluciones de e-learning y aplicaciones móviles puede tener un costo elevado y representar muchas horas de trabajo interno. La buena noticia es que no tiene que ser así.

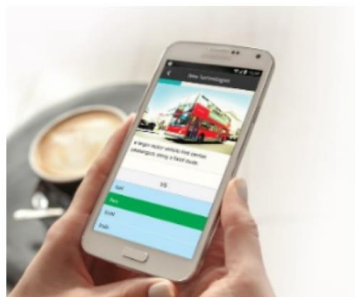
En **Reallyenglish** creemos que las escuelas deben poder proporcionar a sus alumnos materiales de calidad que estén disponibles en cualquier momento, en cualquier lugar y que también sean de fácil acceso.



La experiencia cuenta.

Trabajamos con escuelas repartidas por el continente asiático desde hace más de 15 años, proporcionándoles contenidos que sirven de soporte a las clases presenciales. Durante ese tiempo hemos desarrollado miles de horas de materiales que van desde el Inglés General, el Inglés para Negocios, los Exámenes, el Inglés Académico y el Vocabulario, entre otros.

Nuestro equipo está formado por profesores y formadores, autores, programadores, diseñadores, y especialistas de apoyo al cliente, que estado trabajando juntos para que nuestros productos, plataformas y la experiencia de usuario sean excepcionales.



¿Tiene un smartphone?

Estimamos que el 99.9% de sus alumnos tengan uno. Y también que lo hacen todo con él. Es muy probable que tengan la expectativa de que también puedan practicar su Inglés con el dispositivo, pero de forma estructurada y enfocada.

Con **Reallyenglish**, sus alumnos podrán llevar cabo su aprendizaje siempre que quieran, por ejemplo, cuando estén sentados en el autobús o en el tren, o mientras esperan a un amigo.

Podrá fácilmente organizarles un recorrido para acompañar sus contenidos programáticos: basta con escoger el contenido y seleccionar los parámetros. Este recorrido podrá ser desarrollado de forma individualizada por cada alumno, enfocándose en las áreas donde tengan más dificultades, o podrá ser usted el que seleccione los materiales asociados a las tareas que desea que ellos completen.

Además, les enviamos actualizaciones acerca de su progreso para mantenerlos motivados y para acompañarlos.

Independientemente del camino que elija, y también de la cantidad de contenido que seleccione, los costos se mantienen igual.



Queremos ser su socio de estudio.

Nuestros contenidos y plataformas están disponibles en formato white-label, de forma que pueda personalizar los contenidos con su logotipo, nombre, colores, reflejando su organización. Puede elegir fácilmente cuántas veces desea que sus alumnos estudien por sí solos, y aclamen su progreso a través de nuestro sistema.

En **Reallyenglish** creemos que pasar al formato digital debe ser simple y accesible, y por eso ofrecemos soluciones de e-learning y m-learning por menos del costo de un libro.

No hay pagos o compras adelantadas, ni costos relativos a la reestructuración de los materiales, ni costos con el branding de la plataforma con la imagen de su organización.

[¿Quieres saber más? Haga clic aquí](#)

¡Hable con nosotros!

¿Quieres saber más? Tenemos los mejores precios del mercado!

Pídale llaves de demostración completamente gratis y háganos todas las preguntas que tengas. Juntos encontraremos las soluciones adecuadas para las necesidades de su organización.

[Sólo tienes que responder a este e-mail.](#)

Reallyenglish offices:

📍 United Kingdom 📍 Japan 📍 China 📍 Hong Kong 📍 Singapore

www.reallyenglish.com

Anexo 9 – Ingresso da participação no evento: “Evolving your business strategy: from platform to experiences”

Evolving your business strategy: from platform to experiences

RSVP



Porto Innovation Hub, 15 Largo do Doutor Tito Fontes, 4000-124 Porto, Portugal

Thursday, July 25, 2019 from 9:30 AM to 1:00 PM (WEST)

Free Order

Order Information

Order #984400243. Ordered by Mário Neto on July 16, 2019 10:27 AM

Name

Neto Neto



9844002431260209357001

Do you organize events?

Start selling in minutes with Eventbrite!
www.eventbrite.com