REGRESSO ÀS AULAS

CADERNO ESPECIAL

PATROCINADORES

CONTINENTE

JARDIM ZOOLÓGICO Lisboa - Portugal

POLO

ticket Serviços

Wall Street English

shop pink

REGRESSO ÀS AULAS

Sapatilhas **adidas** NMD 360 x **lego®** PVP 65€

Trolley Night Surf **Note!** PVP 42,99€

Camisa motivos surfwear, com toque de linho **Vertbaudet** PVP 19,99€

Mochila Jungle **Note!** PVP 14,99€

Bicicleta BTT eléctrica criança **Rockrider Decathlon** PVP 949€

Back To School Bloom hoodie **Primark** PVP 6,5€

ticket Serviços®

Tickets para as despesas de educação: A melhor ajuda para os seus Colaboradores!

Regresso às aulas com poupança.

	ticket Infância®	ticket Educação®	ticket Ensino®
empresa	Isenção Total de TSU IRC (Custos majorados em 40%)	Isenção Total de TSU IRC (Custos do exercício)	Isenção Total de TSU IRC (Custos do exercício)
colaborador	Isenção Total de TSU e IRS	Isenção Total de TSU	Isenção Total de TSU

Disponível em vale, cartão e digital.

ticket Infância®

Despesas de educação no pré-escolar, até aos 7 anos de idade.

ticket Educação®

Despesas do ensino básico à universidade, em manuais, livros e material escolar, sem limite de idade ou valor.

ticket Ensino®

Despesas de educação e formação em áreas diversas, sem limite de idade ou valor.

Vantagens todos os dias.

Contactos:

Delegação Norte
Tel. 228 302 900
delegacao.norte@ticket.pt

Delegação Sul
Tel. 210 420 325
delegacao.sul@ticket.pt

Delegação Madeira
Tel. 291 225 727
delegacao.madeira@ticket.pt

O QUE RENDE SÃO OS PREÇOS baixos

No regresso às aulas do Continente não faltam mochilas e trolleys mais resistentes, cadernos de disco, cadeiras e secretárias de escritórios, livros escolares. Ah, e os preços mais baixos também!

O Continente já está a preparar o regresso às aulas, onde não faltam novidades e centenas de artigos com descontos. A campanha de Regresso às Aulas, sob o mote "Tudo para a escola aos preços mais baixos", teve início no dia 16 de Agosto e prolonga-se até 17 de Setembro, em todas as lojas físicas, online e app.

Durante a Feira de Regresso às Aulas, a insígnia do Grupo MC irá disponibilizar novidades e descontos directos até 50% em centenas de artigos para alunos e professores, através de poupança directa e em cartão, mantendo como foco a garantia de oferecer a maior quantidade de produtos escolares, com a melhor qualidade, aos preços mais baixos.

A oferta do Continente conta com a presença das marcas favoritas dos alunos, com destaque para a note!, Eastpak, Oxford, Gabby e Pokémon. Mas as surpresas não se ficam por aqui. O destaque recai, também, na aposta em artigos diferenciadores, sendo um exemplo os cadernos de disco da marca note! e Talia, 100% personalizáveis e reutilizáveis, este ano com novos acessórios.

A marca note! reforça ainda mais o seu compromisso com o cliente ao investir na qualidade dos seus produtos. Este ano, entre outras melhorias, todos os trolleys escolares da marca têm base reforçada, tornando-os mais resistentes e confortáveis. Além disso, aumentou a oferta de material escolar nas cores pastel em cadernos, escrita e marcadores, com destaque para os novos estojos de silicone e glitter, e agendas escolares mais funcionais.

Atento à importância da campanha de Regresso às Aulas neste segmento, o Continente apresenta, igualmente, opções para jovens adultos e universitários, com sugestões para o regresso à universidade, escritório ou teletrabalho, acompanhando as tendências em vários segmentos, como mochilas, cadernos, escrita ou organização. Não obstante, e porque não

CADERNOS ESCOLARES QUE SE TRANSFORMAM EM ÁRVORES

Numa parceria entre o Continente e a Oxford, e integrado na feira Regresso às Aulas, até 18 de Setembro, todas as lojas Continente do país estão a aceitar cadernos e papel usados que os clientes queiram entregar, para garantir a sua reciclagem. Por cada tonelada recolhida no "Cadernão", que se encontra à entrada da loja, a marca irá plantar 20 árvores no final da campanha, na Floresta Sonae – uma área com 1100 hectares em Mangualde, plantada de acordo com critérios de diversidade e anti-incêndio –, com o objectivo de compensar as emissões do grupo.

são só os alunos que regressam às aulas, a oferta do Continente contempla também os professores, que encontram várias novidades no Regresso às Aulas do Continente, para organização e planeamento do seu dia-a-dia.

A Feira de Regresso às Aulas do Continente conta, para além de toda a proposta dirigida para o universo escolar, com uma oferta de mobiliário e home office, com opções para todos os preços, sejam cadeiras de escritório, equipamento de gaming, estantes, bancos ou secretárias para estudo e lazer da marca KASA.

Através dos quiosques Mais Continente presentes nas lojas, os clientes poderão encomendar o mobiliário e receber directamente em sua casa, de forma totalmente gratuita, e ainda encomendar os Manuais Escolares.

No âmbito do reforço da missão escolar, é ainda possível encomendar os Livros Escolares – manuais escolares e cadernos de actividades – do próximo ano lectivo, através das diversas plataformas do Continente.

Além das entregas gratuitas, a insígnia avança, ainda, que as encomendas realizadas até 31 de Agosto beneficiam de vários descontos directos: 20% em encadernação, até 20% em dicionários e gramáticas, e 5% sobre o valor dos livros escolares – este último mediante indicação do número de Cartão Continente no momento da compra, de acordo com a marca.

Para facilitar o acesso ao novo ano escolar, importa ressalvar que o Continente Online é também um ponto autorizado para troca dos vouchers MEGA – Manuais Escolares Gratuitos –, pelo que o pagamento dos manuais escolares poderá ser feito através destes vales, que já começaram a ser emitidos pelo Ministério da Educação.

Para aproveitar todas as vantagens desta parceria, os clientes Continente podem, desde já, realizar a encomenda dos manuais escolares, mesmo que ainda não tenham na sua posse os referidos vouchers, sendo depois possível adicionar os respectivos códigos, numa fase posterior.

QUANDO A MOTIVAÇÃO É **o limite**

Há mais de 25 anos a operar em Portugal, o Wall Street English já tem 35 centros espalhados pelo País. Apoiado num método de ensino inovador, prepara-se para abrir mais espaços

O balanço de 25 anos de história em Portugal não podia ser mais positivo para o Wall Street English. Mais de 300 mil alunos já passaram pelos 35 centros disponíveis em vários pontos do País e o futuro indicia ser promissor, não fosse a constante aposta na oferta formativa do instituto. De acordo com Diogo Reis Pereira, director de Marketing do Wall Street English, o cenário actual é positivo e a tendência é para manter: «Continuamos a crescer, a lançar novos produtos, chegamos cada vez a mais portugueses, nomeadamente através das aulas online. E para além de estarmos a investir continuamente nos nossos centros de inglês, temos planos para abrir também em novas localizações. Este ano, conquistámos, pela oitava vez consecutiva, a preferência dos portugueses, com a conquista do Prémio Cinco Estrelas.»

Como uma das causas deste sucesso, o mesmo responsável destaca o método de ensino único que, há mais de 50 anos, confere a liderança da marca no mercado. «Para além de ser blended e de ser precursor no recurso à tecnologia para proporcionar uma aprendizagem mais rica e dinâmica aos alunos, utiliza o conceito de flipped classroom, isto é, o TPC é realizado na plataforma interactiva através das lições multimédia e da realização de exercícios nos manuais digitais, antes das aulas com professores», adianta, ressalvando que essa postura «faz com que os alunos vão mais preparados para as aulas, participem mais activamente e aproveitem melhor o seu tempo com os professores», partilha o responsável.

MÉTODO DIFERENCIADOR

Através do método de ensino do Wall Street English, o aluno pode começar a estudar a partir do primeiro dia que visita a escola, seja qual for o seu nível, algo que é aferido depois de um teste de entrada. Desta forma, cada aluno entra «num curso digital centrado em si e nas suas necessidades, podendo depois participar em aulas com professores e um máximo de outros três ou quatro alunos que estejam a frequentar a mesma unidade de aprendizagem». O mesmo método permite, ainda, horários flexíveis e os alunos nunca perdem aulas, podendo estudar ao seu ritmo e de acordo com a gestão do seu tempo. «A sua motivação é o seu limite! E agora, com a possibilidade de variar entre aulas presenciais com professores, na escola ou na sala de aula online, o curso tornou-se ainda mais flexível», sublinha Diogo Reis Pereira. Além disso, todos os alunos têm um consultor alocado que acompanha o percurso do aluno desde o primeiro dia.

Actualmente, o Wall Street English disponibiliza cursos de inglês para adultos, adolescentes e empresas. Os cursos para adultos podem ser frequentados em três modalidades, sendo que a variante é a forma como os alunos consomem as aulas acompanhadas pelos professores. O "InSchool" prevê aulas presenciais; no "100% Online", as aulas com professores são realizadas em ambiente online, numa plataforma exclusiva desenvolvida durante a pandemia – a digital classroom; finalmente, no "InSchool PRO" é possível alternar entre aulas presenciais e online. Além disso, e como destaca o director de Marketing, são «parceiros do Cambridge Assessment English para preparação dos alunos para exames como o LinguaSkill, Preliminary, First e CAE, assim como também preparam os alunos para o IELTS».

Os cursos para adolescentes são uma novidade deste ano, nos quais é aplicado o mesmo método de ensino que distingue o trabalho do Wall Street English, sendo que os conteúdos foram adaptados a esta faixa etária e são feitos 100% online. Já no campo das empresas, existem «soluções semelhantes aos cursos para adultos, mas desenvolvemos também propostas mais personalizadas às necessidades dos clientes. Com este método exclusivo e oferta formativa diversificada, garantimos resultados aos nossos alunos», partilha Diogo Reis Pereira.

ADAPTADO ÀS NECESSIDADES DO MERCADO

Tendo em conta a transformação do modelo de trabalho e apostando num ensino mais moderno, o Wall Street English não estranhou a mobilização para a plataforma digital. Pelo contrário, foi esta aposta na digitalização do ensino e no recurso à tecnologia que lhes permitiu criar um sistema de ensino que não estivesse dependente da criação de turmas e horários fixos para receber novos alunos e chegar a um maior número de pessoas.

De acordo com o mesmo responsável, esta acção permitiu-lhes «que o ensino fosse centrado na evolução individual do aluno, dando-lhe acesso a centenas de conteúdos didácticos, interactivos e divertidos, que dinamizam a sua experiência de aprendizagem, optimizam o consumo do curso e, consequentemente, o sucesso do aluno». Na verdade, o método já incluía a utilização do digital como parte integrante do ensino, inicialmente nos computadores das escolas e depois em casa. Sobre isso, o director de Marketing do Wall Street English acrescenta: «Temos assistido, por exemplo, a um melhor desempenho dos alunos desde que, há quase 10 anos, essas aulas multimédia foram disponibilizadas também nos smartphones. Hoje, é possível replicar as aulas presenciais em ambiente online e os alunos podem aprender onde e quando quiserem. Isto porque, durante a pandemia, desenvolvemos uma nova plataforma própria e exclusiva.»

Ainda no campo da tecnologia e da capacidade de resposta às necessidades actuais, Diogo Reis Pereira reforça o papel da inteligência artificial, afirmando que os sistemas do Wall Street English «já permitem dar feedback aos alunos em tempo real e, nesta área, estamos todos ainda a dar os primeiros passos».

INSPIRAÇÃO NOS MODELOS DE TRABALHO

No contexto actual, assistimos a uma maior movimentação dos profissionais. Nesse sentido, a aquisição de conhecimen-

tos de inglês ganhou outra relevância, algo que se reflecte no crescimento contínuo da procura ao longo dos anos por parte de novos alunos, «especialmente nos períodos de crise, em que os estudantes e profissionais apostam no inglês para conseguir oportunidades de emprego com rendimentos mais aliciantes, como sejam as multinacionais que, agora, também contratam para trabalho remoto», refere. No entanto, «também há cada vez mais pessoas a procurarem-nos para emigrar, imigrantes chegados há pouco tempo a Portugal, ou empresas que precisam de investir na formação dos seus colaboradores pelo aumento das oportunidades de exportação num mercado cada vez mais global, ou também pelo aumento do turismo».

Assim, o desenvolvimento de soft skills, para discutir temáticas ou fazer apresentações em inglês, tornou-se uma necessidade real dos novos alunos no seu dia-a-dia. Para se adaptar a esta realidade, o Wall Street English acredita que o curso de inglês geral ensinado prevê situações do quotidiano que permitem adquirir o vocabulário e estruturas gramaticais mais utilizadas no ambiente profissional. Além disso, existem vários tipos de aulas que permitem trabalhar diferentes aspectos do desenvolvimento da língua. «Os social clubs, por exemplo, são aulas de conversação que juntam alunos de níveis próximos com o objectivo de desbloquear a língua e provocar discussão sobre temas variados. Mediadas por um professor, o objectivo destas aulas é desenvolver a confiança dos alunos exactamente para exposições orais e apresentações. A nossa equipa didáctica vai actualizando os conteúdos destas aulas para que se mantenham relevantes, garantindo que cobrem os temas da actualidade», ressalva.

Do lado dos alunos, o feedback tem representado uma procura cada vez maior por este tipo de aulas de conversação, levando a que o Wall Street English aposte cada vez mais no desenvolvimento de novos conteúdos, tanto para os alunos como para as empresas. «Estamos a apostar no desenvolvimento de novos conteúdos formativos que, tendo como base a utilização do inglês, possam cobrir skills de vendas, liderança ou de marketing digital, por exemplo. Conseguimos, assim, dinamizar e partilhar know-how que temos internamente e responder às necessidades profissionais de quem nos procura», sublinha Diogo Reis Pereira, levantando o véu sobre os planos nesta área: «O futuro passa cada vez mais por esta personalização e o Wall Street English está a investir em novas formas de desenvolver e distribuir conteúdos relevantes de forma ágil, com novidades ainda este ano.»

REGRESSO ÀS AULAS

Para o novo ano lectivo, o Wall Street English tem planeado um curso de inglês específico para adolescentes entre os 13 e os 17 anos, além de novas actualizações da plataforma interactiva, com melhorias ao nível de design e experiência de utilização. «Vamos também lançar novas funcionalidades para a nossa digital classroom que, se inicialmente previa replicar uma aula presencial em ambiente online, hoje já permite uma série de novas interacções entre alunos, que ultrapassa essa experiência», esclarece. Além disso, serão lançados novos conteúdos de formação alargada a outras áreas profissionais.

▲ **Diogo Reis Pereira**, director de Marketing do Wall Street English

Também para o início do ano lectivo, o Wall Street English terá novas campanhas a partir de Setembro e seja num dos centros, ou 100% online, «todos são convidados a experimentar o método de ensino durante duas semanas, gratuitamente e sem compromisso. As inscrições estão abertas em qualquer altura do ano», relembra.

A comunicação e publicidade são fundamentais para o sucesso do Wall Street English em Portugal. Assim, e além das campanhas, para chamar novas inscrições, o Wall Street English aposta na comunicação da eficiência do método de ensino, a sofisticação da tecnologia e a qualidade dos professores. «Temos feito um investimento em marketing e publicidade significativo e consistente ao longo dos anos, nos principais meios e em digital e, por isso, beneficiamos de uma posição privilegiada no mercado», enfatiza Diogo Reis Pereira. A marca tenta, ainda, estar presente nos principais eventos e publicações da especialidade, estabelecendo contacto com profissionais de recursos humanos e formação. Defendendo o sucesso da marca no nosso país, o director de Marketing do Wall Street English acrescenta ainda: «Somos conhecidos por apostar em campanhas de marketing diferenciadoras, com sentido de humor e não temos medo de apostar em novos formatos ou testar novos canais para fazer chegar a nossa marca e método a novos consumidores. Este mês, por exemplo, estamos com uma campanha de Verão no Tinder.»

OMG mãe!
Não sejas cringe!
Ainda por cima
mesmo à frente das
minhas BFFs!
Seriously? 🤦‍♀️

...

APRENDA INGLÊS ONDE E QUANDO QUISER, COM O MÉTODO MAIS COMPLETO E FLEXÍVEL!

- **Inscrições abertas todo o ano.**
- **Aulas presenciais e online.**
- **Horário flexível marcado por si.**

Dá resposta ao inglês.

ONLINE, PRESENCIAL OU AMBOS

808 20 40 20 • wsenglish.pt

Wall Street English®

SIGA AS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS DE GESTÃO

ASSINE JÁ!

38,00€
1 ANO ASSINATURA
(12 edições)

69,00€
2 ANOS ASSINATURA
(24 edições)

Para mais informações: **assinaturas@multipublicacoes.pt** ou ligue para o **210 123 400**.
Assine já em: **https://assinaturas.multipublicacoes.pt/** e beneficie de descontos até 20% sobre o preço de capa.

Valores de assinatura válidos para Continente e Ilhas.

OLHOS A POSTOS NO novo ano

O regresso às aulas acaba por ser um momento especial desta fase do ano. Além da azáfama em busca do material escolar, é importante não descorar a saúde, em especial a saúde ocular dos mais pequenos

Infelizmente, a miopia infantil tem apresentado um crescimento mundial muito significativo devido às grandes mudanças nos hábitos de vida, seja pela diminuição das actividades ao ar livre, seja pelo aumento da utilização de dispositivos digitais. Para ajudar a controlar a progressão desta patologia, a marca portuguesa POLO, desenvolveu uma nova lente, a POLOHEALTH MYO PROTECT, com o objectivo de garantir que o ano lectivo começa com confiança e segurança.

Para além da anual visita ao oftalmologista e à sua óptica de confiança, a marca POLO deixa algumas dicas úteis para cuidar destes pequenos olhos: faça uma alimentação equilibrada e inclua na sua dieta peixe, frutas, legumes, verduras e ovos, alimentos ricos em vitaminas A, C, D, E e zinco; durma, no mínimo, oito horas por dia; proteja os seus olhos do sol; diminua o tempo em frente aos ecrãs digitais; faça exercício físico; finalmente, lave sempre as mãos antes de tocar nos olhos.

De acordo com a POLO, «é a visão que dá cor aos nossos dias e é imprescindível para uma vida feliz». Nesse sentido, a marca deixa uma mensagem: «Cuide da visão da sua família com a POLO, uma confiança que se vê».

auto. monitor

A abordagem 360° ao mundo automóvel

MERCADO
TECNOLOGIA
RENTING & FROTAS
MARKETING & PUBLICIDADE
NOVIDADES
PRODUTOS & SERVIÇOS
SEGURANÇA
PESSOAS
VIAS DE CIRCULAÇÃO
COMÉRCIO E INDÚSTRIA
MOBILIDADE VERDE

automonitor.pt