



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO TÉCNICO EM VENDAS
SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO
MODALIDADE EAD – ENSINO A DISTÂNCIA
CAMPUS SANTA ROSA**

Autorizado pela Resolução do Conselho Superior.....

Santa Rosa, RS, Brasil

2011

Presidente da República
Dilma Vana Rousseff Linhares

Ministro da Educação
Fernando Haddad

Secretário da Educação Profissional e Tecnológica
Eliezer Pacheco

Reitor do Instituto Federal Farroupilha
Carlos Alberto Pinto da Rosa

Pró-reitora de Ensino Instituto Federal Farroupilha
Tanira Marinho Fabres

Coordenadora Geral do Programa E-TEC Brasil
Lilianna Bolsson Loebler

Coordenadora Geral Adjunta do Programa E-TEC Brasil
Angela M^a Andrade Marinho de Souza

Diretor/a Geral do Campus
Marcelo Eder Lamb

Diretor de Ensino do Campus
Sidinei Cruz Sobrinho

Coordenador/a do NEAD
Rosane Rodrigues Pagno

Coordenador/a de Curso
Rosane Rodrigues Pagno

SUMÁRIO

SUMÁRIO.....	3
LISTA.....	3
1. JUSTIFICATIVA.....	4
4. REQUISITOS DE ACESSO.....	9
6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	12
7. ESTRUTURA CURRICULAR.....	13
8. AVALIAÇÃO DO RENDIMENTO ESCOLAR.....	30
9. INFRAESTRUTURA DO POLO DE APOIO PRESENCIAL – CONTRAPARTIDA MUNICIPAL.....	33
10. PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO.....	34
11. EXPEDIÇÃO DE DIPLOMA E CERTIFICADOS.....	37
12. SELEÇÃO DE PROFESSORES, TUTORES E COORDENADOR DE POLO PRESENCIAL.....	37
13. CURSOS DE ENSINO A DISTÂNCIA PROGRAMA – E-TEC BRASIL.....	40

LISTA

QUADRO 1 – Matriz Curricular	14
QUADRO 2 – Síntese das Atividades Complementares	16
QUADRO 3 – Corpo Docente Efetivo do Campus – Formação e Titulação.....	33
QUADRO 4 – Corpo Técnico Administrativo do Campus.....	35

1. JUSTIFICATIVA

Santa Rosa caracteriza-se por ser um município situado geograficamente na região Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul.

Apresenta uma economia baseada na produção de soja, milho e trigo, além da produção de leite em larga escala, seguida da criação de suínos. Abriga, ainda, a matriz de grandes empresas de atuação comercial e industrial. Destaca-se, também, no mercado turístico, com parques aquáticos e hotéis-fazenda, com estrutura de expressão para o mercado de turismo rural.

A região de abrangência do IF Farroupilha – Campus Santa Rosa engloba os municípios de Alecrim, Alegria, Boa Vista do Buricá, Campina das Missões, Cândido Godói, Doutor Maurício Cardoso, Horizontina, Nova Candelária, Novo Machado, Porto Lucena, Porto Mauá, Porto Vera Cruz, Santo Cristo, São José do Inhacorá, Senador Salgado Filho, Três de Maio, Tucunduva e Tuparendi.

É relevante a sua influência e prestação de serviços junto à comunidade externa, facilitada a integração e parcerias com instituições da localidade e da região, oferecendo uma excelente estrutura de sistemas tecnológicos de comunicação, laboratórios, biblioteca e salas de estudo.

Apresenta, ainda, as seguintes vantagens no oferecimento do Curso EAD: combinação entre estudo e trabalho; diversificação da população escolar; permanência do aluno em seu ambiente familiar; pedagogia inovadora; autonomia do aluno; interatividade entre professores, tutores e estudantes; apoio com conteúdos digitais; conteúdos desenvolvidos com orientação de aplicabilidade; favorece o desenvolvimento das competências individuais, principalmente no âmbito intelectual e da informática, visto que a informatização é utilizada em escala mundial.

O Estado do Rio Grande do Sul tem uma posição estratégica e privilegiada no Mercosul. Está localizado no centro de uma região do continente, onde se concentram 60% de toda a economia da América Latina. O seu Produto Interno Bruto corresponde a 8,16% do brasileiro. A localização geográfica do Estado tem sido um fator decisivo para a atração de novos investimentos, principalmente aqueles que buscam atender, não só à demanda interna, mas também às demandas dos países vizinhos.

Nesse contexto, a educação técnica a distância deve ser planejada e adequada para atender a cada realidade local. As ações devem ser pensadas para que estudantes e professores sejam protagonistas e sujeitos ativos, aptos a se apropriarem das tecnologias educacionais como mediadoras de seu próprio processo de aprendizagem e conhecimento. Portanto, com a oferta do Curso Técnico em Vendas Subsequente ao Ensino Médio, na modalidade EAD, o Instituto Federal Farroupilha - Campus Santa Rosa estará proporcionando a formação/qualificação técnica em uma das áreas de maior inserção no mercado de trabalho, uma vez que este profissional poderá atuar em vários segmentos da economia.

2. OBJETIVOS

2.1 GERAL

Formar profissionais que, com caráter e consciência crítico-construtiva, consigam dominar as estratégias e a processualidade das atividades de vendas e que possam contribuir com o trabalho de planejamento e execução de programas voltados à viabilidade e sustentabilidade dos empreendimentos.

2.2 ESPECÍFICOS

- Possibilitar a profissionalização específica na habilitação profissional Técnico em Vendas para ingressarem e/ou se aperfeiçoarem para o mundo do trabalho.
- Desenvolver possibilidades formativas que contemplem as múltiplas necessidades socioculturais e econômicas dos sujeitos, reconhecendo-os como cidadãos e futuros trabalhadores.
- Priorizar a ética e o desenvolvimento da autonomia e do pensamento, de modo a formar além de técnicos, pessoas que compreendam a realidade e a profissionalização como um meio pelo qual o trabalho ocupe espaço na formação, como princípio educativo.

O curso vem a atender também aos objetivos do Instituto Federal Farroupilha que, conforme a Lei Nº 11.892/08, deverá:

I- ofertar educação profissional e tecnológica, em todos os seus níveis e modalidades, formando e qualificando cidadãos com vistas à atuação profissional

nos diversos setores da economia, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional;

II- desenvolver a educação profissional e tecnológica como processo educativo e investigativo de geração e adaptação de soluções técnicas e tecnológicas às demandas sociais e peculiaridades regionais;

III- promover a integração e a verticalização da educação básica à educação profissional e educação superior, otimizando a infraestrutura física, os quadros de pessoal e os recursos de gestão;

IV- orientar sua oferta formativa em benefício da consolidação e fortalecimento dos arranjos produtivos, sociais e culturais locais, identificados com base no mapeamento das potencialidades de desenvolvimento socioeconômico e cultural, no âmbito de atuação do Instituto Federal;

V- constituir-se em centro de excelência do ensino de ciências, em geral, e de ciências aplicadas, em particular, estimulando o desenvolvimento de espírito crítico voltado à investigação empírica;

VI- qualificar-se como centro de referência no apoio à oferta de ensino de ciências nas instituições públicas de ensino, oferecendo capacitação técnica e atualização pedagógica aos docentes das redes públicas de ensino;

VII- desenvolver programas de extensão e de divulgação científica e tecnológica;

VIII- realizar e estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o cooperativismo e o desenvolvimento científico e tecnológico;

IX- promover a produção, o desenvolvimento e a transferência de tecnologias sociais, notadamente as voltadas à preservação;

X- estimular e apoiar processos educativos que levem à geração de trabalho e renda e à emancipação do cidadão na perspectiva do desenvolvimento socioeconômico local e regional;

XI- ministrar em nível de educação superior cursos superiores.

3. DETALHAMENTO

Tipo: Subsequente

Denominação do Curso: Curso Técnico em Vendas Subseqüente ao Ensino Médio

Eixo: Gestão e Negócios

Modalidade: Distância

Habilitação: Técnico em Vendas

Endereço de Oferta: Instituto Federal Farroupilha - Campus Santa Rosa

Turno de funcionamento: On-line, aulas presenciais e provas (horário noturno e sábados).

Número de vagas: Quarenta vagas por Polo de Apoio presencial.

Carga horária: 920 horas relógio, incluídas as 120 horas de estágio supervisionado obrigatório.

Periodicidade: O aluno deve estar presente 04 horas quinzenais no Polo Presencial.

Número de turmas: uma por ano por Polo presencial.

Regime Letivo: Anual

Periodicidade de oferta: Anual

Períodos:

Integralização mínima: 2 anos

Integralização máxima: 4 anos

Coordenação: Rosane Rodrigues Pagno (Graduada e especialista em Administração, Mestre em Engenharia da Produção).

4. REQUISITOS DE ACESSO

O Instituto Federal Farroupilha, em seus processos seletivos, adotará os dispostos no regulamento organizado pela Comissão Permanente de Seleção (COPESEL), conforme edital próprio a cada processo seletivo e de acordo com a legislação vigente. Sendo pré-requisito para efetivação da matrícula no Curso Técnico em Vendas Subsequente ao Ensino Médio, ter o ensino médio concluído e comprovado mediante certificação legal.

5. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

O IF Farroupilha, em seus Cursos, prioriza a formação de profissionais que:

- tenham competência técnica e tecnológica em sua área de atuação;
- sejam capazes de se inserir no mundo do trabalho de modo comprometido com o desenvolvimento regional sustentável;
- tenham formação humanística e cultura geral integrada à formação técnica, tecnológica e científica;
- atuem com base em princípios éticos e de maneira sustentável;
- saibam interagir e aprimorar continuamente seus aprendizados a partir da convivência democrática com culturas, modos de ser e pontos de vista divergentes;

- sejam cidadãos críticos, propositivos e dinâmicos na busca de novos conhecimentos.

A partir disso, o perfil pretendido do egresso do Curso Técnico em Vendas é:

- Profissional com capacidade de contribuir no desenvolvimento de estudos mercadológicos, para avaliação do comportamento do mercado consumidor e dos aspectos externos à empresa.
- Profissional qualificado para assessorar no desenvolvimento de inovações em produtos e serviços para atender as expectativas do mercado consumidor.
- Profissional com capacidade para auxiliar no desenvolvimento do plano de vendas das organizações e implementar os programas e ações comerciais das empresas.
- Profissional que possua conhecimento e domínio das técnicas de negociação para o desenvolvimento das atividades de venda das organizações.
- Profissional com capacidade para articular a preparação do ambiente de vendas dos distintos canais de marketing que uma organização poderá utilizar para dispor seus produtos/serviços ao mercado consumidor.
- Profissional consciente da importância estratégica e sistêmica das atividades de pré-venda, venda e pós-venda como fatores importantes para a vantagem competitiva das organizações.
- Profissional comprometido com a mudança e agente de transformação, a partir da percepção das necessidades dos consumidores, das tendências do mercado e das inovações tecnológicas.
- Profissional comprometido com o desenvolvimento local.

Ao concluir o Curso, o aluno deve apresentar as seguintes competências gerais da área profissional:

- Estudar os produtos e serviços da empresa, caracterizar os tipos de clientes e recolher informações sobre a concorrência e o mercado em geral.
- Preparar ações de venda.
- Promover e efetuar a venda de produtos e serviços junto aos clientes, bem como a organização do ambiente de venda.
- Promover serviço de apoio ao cliente, fidelização e atendimento pós-venda.
- Organizar e gerenciar os arquivos dos clientes.
- Colaborar na captação de novos clientes.

Além das competências já especificadas, também serão propiciadas ao aluno, condições que lhe permitam:

- Aprender permanentemente.
- Interpretar dados e resolver problemas.
- Assumir postura ética e responsável em relação ao grupo social em que atua profissionalmente.
- Ter iniciativa e bom relacionamento interpessoal.
- Possuir comunicação e fluência verbal
- Saber trabalhar sob pressão.
- Saber trabalhar em equipe
- Superar desafios
- Possuir postura pessoal, organizacional e planejamento

- Estar comprometido com resultados.

Atribuições e Responsabilidades:

- Realizar todo ciclo de prospecção, ligações, contatos, agendamento de demonstrações, visitas até conseguir alcançar o tomador de decisão e fechar a venda.
- Realizar o pós-venda.
- Manter-se atualizado em relação às tendências e inovações tecnológicas de sua área de atuação.

6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

O Curso Técnico em Vendas Subsequente ao Ensino Médio - EAD - de Educação a Distância será implantado e desenvolvido a partir de um Projeto, em parceria com os Polos de Apoio Presencial (Estado ou Prefeituras Municipais).

O currículo desta modalidade de ensino é desenvolvido em Componentes Curriculares concentrados em períodos estipulados, de acordo com as cargas horárias previstas. O desenvolvimento do currículo busca metodologias de ensino cujas ações promovam aprendizagens mais significativas e sintonizadas com as exigências dos atuais empreendimentos produtivos.

Diante deste contexto, a participação do aluno no processo de ensino e aprendizagem deve ocorrer de forma interativa, em situações desencadeadas por desafios, problemas e projetos, reais ou simulados, conduzindo a ações resolutivas que envolvam pesquisa e estudo de bases tecnológicas de suporte.

São trabalhados no Curso os recursos pedagógicos utilizados pelo Ensino a Distância, através da Plataforma Moodle (vídeos, animações, simulações, links,

atividades interativas com professores, tutores, alunos, biblioteca virtual e conteúdo da Web; possibilitando-lhes o desenvolvimento da autonomia da aprendizagem e, ainda, facilidade na busca da informação e construção do conhecimento.

7. ESTRUTURA CURRICULAR

A matriz curricular do Curso Técnico em Vendas Subseqüente – modalidade EAD está estruturada de acordo com o que sugere o Catálogo Nacional de Cursos Técnicos. Os Componentes Curriculares serão disponibilizados na Plataforma em número de três a quatro, considerando a carga horária do Componente Curricular.

7.1 MATRIZ CURRICULAR

O Curso Técnico em Vendas Subseqüente – modalidade EAD obedece à seguinte organização:

Quadro 1. Matriz Curricular

COMPONENTES CURRICULARES DO CURSO TÉCNICO EM VENDAS -EAD	CARGA HORÁRIA				
	1º ANO	2º ANO	Prática Profissional Integrada	C.H.	C.H./R
Ambientação em Educação a Distância	45			45	37,5
Administração de Vendas		60	15	75	62,5
Administração Financeira e Orçamentária		60		60	50,0
Comércio Eletrônico		45		45	37,5
Comportamento do Consumidor	45		15	60	50,0
Comunicação e Retórica		45		45	37,5

Contabilidade	60			60	50,0
Empreendedorismo		60		60	50,0
Estatística Aplicada	45			45	37,5
Ética e Relações Humanas nas Organizações		45		45	37,5
Introdução à Informática	45			45	37,5
Legislação		45		45	37,5
Logística	60			60	50,0
Marketing	60		15	75	62,5
Português Instrumental	60			60	50,0
Técnicas de Vendas		60	15	75	62,5
Subtotal Carga horária mínima	420	420	60	900	750
Atividades Complementares					50
Subtotal					800
Estágio Supervisionado					120
TOTAL					920

QUADRO SÍNTESE

Componentes Curriculares + PPI's – Carga Horária Hora Aula Total	900
Componentes Curriculares + PPI's – Carga Horária Hora Relógio	750
Atividades Complementares – Carga Horária Hora Relógio	50
Subtotal	800
Estágio Supervisionado obrigatório – Carga Horária Relógio	120
TOTAL.....	920
.....	

7.2 CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO

O curso possui carga horária total em horas aula de 900 horas, sendo 840 horas de componentes curriculares e 60 horas de práticas profissionais integradas. A carga horária total em horas relógio são de 920 horas assim distribuídas: 750 horas de Componentes Curriculares e Práticas Profissionais Integradas, 50 horas de Atividades Complementares e 120 horas de Estágio Supervisionado Obrigatório.

7.3 PRÁTICA PROFISSIONAL

As Práticas Profissionais Integradas têm como objetivo articular os conhecimentos construídos nos diferentes componentes curriculares trabalhados em sala de aula. É uma proposta de atuação profissional, onde os professores planejam juntos, buscando a flexibilização do currículo e a integração entre os diferentes conhecimentos, possibilitando ao aluno ampliar seus saberes e seus fazeres na sua formação profissional.

Estas práticas profissionais serão articuladas entre os Componentes Curriculares, realizando-se as atividades propostas em projeto, organizado pelos Tutores sob a Coordenação dos Professores e Coordenação do Curso, visando trabalhar os conhecimentos teóricos em um ou mais componentes curriculares, com vista a ofertar atividades práticas que possibilitem ao aluno a vivência de experiências, que possivelmente ele terá contato em sua atuação profissional futura.

7.4 ATIVIDADES COMPLEMENTARES – 50 horas

A articulação entre ensino, pesquisa e extensão e a flexibilidade curricular possibilita o desenvolvimento de atitudes e ações empreendedoras e inovadoras,

tendo como foco as vivências da aprendizagem para capacitação e para a inserção no mundo do trabalho. Nesse sentido, são previstas atividades complementares, o desenvolvimento de cursos de pequena duração, seminários, fóruns, palestras, visitas técnicas, realização de estágios não curriculares e outras atividades que articulem os currículos a temas de relevância social, local e/ou regional e potencializem recursos materiais, físicos e humanos disponíveis.

As atividades são obrigatórias e devem ser realizadas fora do horário do curso normal e fora dos Componentes Curriculares obrigatórios, mas compõem a carga horária do Curso. As atividades complementares serão validadas pela coordenação do curso com apresentação de certificados ou atestados, contendo número de horas e descrição das atividades desenvolvidas.

A carga horária de Atividades Complementares é de 50 horas.

O quadro abaixo apresenta as possibilidades de atividades que poderão ser computadas para fins de cumprimento desta exigência. Todos os eventos devem ser realizados em data posterior ao ingresso do estudante no curso.

Quadro 2. Síntese das Atividades Complementares

ATIVIDADES COMPLEMENTARES	Carga horária máxima
Participação em cursos extracurriculares na área	Até 15 horas
Participação em seminário, simpósio, congresso, conferência, jornadas e outros eventos de natureza técnica e científica relacionadas à área de formação	Até 15 horas
Participação em eventos com apresentação de trabalho (como autor do trabalho)	Até 15 horas
Participação em eventos com apresentação de trabalho (como colaborador do trabalho)	Até 15 horas
Participação em cursos extracurriculares em áreas afins EAD ou presencial	Até 15 horas

Participação em projetos de pesquisa e extensão	Até 15 horas
Estágios curriculares não obrigatórios (extracurriculares)	Até 15 horas
Participação em palestras relativas à área de formação	Até 15 horas

Para a validação das atividades complementares de curso, o aluno deve solicitar, por meio de requerimento à Coordenação do Curso, a validação das atividades desenvolvidas, com os respectivos documentos comprobatórios. Cada documento apresentado só poderá ser contabilizado uma única vez, ainda que possa ser contemplado em mais de um critério.

Para todas as atividades desenvolvidas será utilizado um fator de conversão de 1:1, isto é, para todos os certificados apresentados serão validadas as cargas horárias integrais, desde que se respeitem os limites máximos estabelecidos de carga horária para cada atividade desenvolvida.

A entrega dos documentos comprobatórios à Coordenação deve ocorrer ao final de cada ano letivo, e o Coordenador do Curso determina o período de divulgação dos resultados.

Só podem ser contabilizadas as atividades que forem realizadas no decorrer do período em que o aluno estiver vinculado ao Curso. Os casos omissos e as situações não previstas nessas atividades serão analisados e validados pelo Coordenador do Curso.

7.5 ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO

O estágio supervisionado é componente curricular obrigatório e é um dos instrumentos de prática profissional no curso Técnico em Vendas Subsequente -

EAD com 120 horas e pode ser realizado a partir do início do 2º ano – desde que o aluno tenha cursado o Componente Curricular referente à área do seu estágio e análise do plano de estágio pelo Professor orientador, seguindo regulamentação específica de estágio do Instituto Federal Farroupilha.

O Estágio Supervisionado no Curso Técnico em Vendas Subseqüente – modalidade EAD tem por finalidade:

- Aplicação dos conhecimentos teórico-práticos adquiridos pelo aluno no decorrer do curso.
- Aprofundamento e produção de conhecimento da área profissional.
- Vivência de situações reais de vida e de trabalho, próprias da profissão.

7.6 EMENTÁRIO

A seguir ementas, objetivos e as bibliografias dos Componentes Curriculares obrigatórias do Curso Técnico em Vendas Subseqüente – modalidade EAD:

COMPONENTE CURRICULAR: AMBIENTAÇÃO EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA CARGA HORÁRIA: 45h

EMENTA:

Concepções e legislação em EAD. Ambiente Virtual de Ensino-Aprendizagem. Ferramentas de navegação e busca na Internet. Metodologias de estudo baseadas nos princípios de autonomia, interação e cooperação.

OBJETIVO:

Conhecer o processo de evolução das tecnologias da informação e da comunicação e identificar as principais características e implicações das TICs no cotidiano.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ERCILIA, Maria. **A internet**. São Paulo: PubliFolha, 2007. (Série Folha Explica – Informática).

MILNER, Annalisa. **Como usar o e-mail**: seu guia para dominar o computador. São Paulo: Publifolha, 2004.
MONTEIRO, Mario. **Introdução à organização de computadores**. Rio de Janeiro: LTC, 2007.
VELLOSO, Fernando de Castro. **Informática**: conceitos básicos. 7.ed. rev. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARAÚJO, Jairo. **Introdução ao Linux**. São Paulo: Ciência Moderna, 2000.
MACHADO, André. **Linux**: comece aqui. São Paulo: Elsevier, 2005.
MORIMOTO, Carlos. **Entendendo e dominando o Linux**. São Paulo: Digerati, 2004.
WILLIAM BRAGA. **Open Office**: Calc & Writer .Rio de Janeiro: Alta Books, 2006.
_____. **Informática elementar**: Windows Vista + Excel 2007 + Word 2007. Rio de Janeiro: Alta Books. 2007.

COMPONENTE CURRICULAR: ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

CARGA HORÁRIA: 75h

EMENTA:

Marketing e vendas. Organização de vendas. Determinação de quotas e potencial de vendas. Análise do modo de governança da força de vendas e plano de remuneração. Planejamento de vendas. Gestão de talentos em vendas: recrutamento, seleção, treinamento e motivação. Administração de clientes e informações. Vendas e distribuição. Controle de vendas. Avaliação de vendedores. Práticas Profissionais Integradoras.

OBJETIVO:

Conhecer e saber preparar uma equipe comercial adequada para diversos tipos de atuação e de mercados, visando a um melhor aproveitamento do tempo dos vendedores, bem como motivar e treinar a equipe a fim de alavancar maiores resultados e definir estratégias comerciais com maior assertividade.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. Editora Campus, 2008.
_____. **Administração de Vendas**. São Paulo: Atlas, 2005.
LAS CASAS; Alexandre Luzzi. **Administração de Vendas**. São Paulo: Atlas, 2005.
NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thome e. **Administração de Vendas**: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COBRA, Marcos; TEJON, Jose Luiz. **Gestão de Vendas: os 21 segredos do sucesso**. Editora Saraiva, 2007.
MICHAELSON, Gerald A. **Sun Tzu - Estratégias de Vendas**. Editora Makron Books, 2005.
SZULCSEWSKI, Charles John; MEGIDO, J L Tejon. **Administração Estratégica de Vendas e Canais de Distribuição**. São Paulo: Atlas, 2002.

TEIXEIRA, Elson A; TOMANINI, Claudio; MEINBERG, Jose Luiz; PEIXOTO, Luiz Carlos. **Gestão de Vendas**. Editora FGV, 2004.
THULL, Jeffrey. **Gestão de Vendas Complexas**. Editora Saraiva, 2007.

COMPONENTE CURRICULAR: ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA

CARGA HORÁRIA: 60h

EMENTA:

Fundamentos da Administração Financeira. Objetivos. Áreas de atuação. Finalidades Profissionais da área. Matemática financeira aplicada. Planejamento financeiro. Fontes de financiamento. Orçamento, Capital de giro. Administração de caixa.

OBJETIVO:

Capacitar o aluno a realizar a gestão dos fluxos financeiros de uma empresa, de modo a atingir um nível de lucro satisfatório com a liquidez adequada.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GITMAN, Laurence J. **Princípios de administração financeira**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
GROPELLI, A. A. e NIKBAKHT, E. **Administração financeira**. 2. Ed. São Paulo : Saraiva, 2006.
HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária**: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
ROSS, Stephen A; WESTERFIELD, Randolph W; JORDAN, Bradford D. **Princípios de administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro**: produtos e serviços. 17 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.
SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
SANVICENTE, Antonio Zoratto; SANTOS, Celso da Costa. **Orçamento na administração de empresas**: planejamento e controle. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
SOBANSKI, Jaert J. **Prática de orçamento empresarial**: um exercício programado. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. 10 ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2000.

COMPONENTE CURRICULAR: COMÉRCIO ELETRÔNICO

CARGA HORÁRIA: 45h

EMENTA:

Economia digital. *E-commerce*. Comunidades virtuais. A Internet como uma ferramenta do marketing. Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos. Internet e os negócios bancários.

OBJETIVO:

Possibilitar ao educando a capacidade de compreender o escopo e a finalidade de um sistema de e-commerce, suas vantagens, alcances e estratégias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: Atlas, 2004.
ALVE, A. A. V.; CENTURION FILHO, J. M.; BARRETO, M. J. De F.; VAQUERO, S. S. **Marketing business to business**: como competir em mercados organizacionais. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
LIMEIRA, T. M. V. **E-marketing**: o Marketing na Internet com Casos Brasileiros. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
VASCONCELLOS, E. **E-commerce nas empresas brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARDOSO, M. S.; GONÇALVES FILHO, C. **CRM em ambiente e-business**. São Paulo: Atlas, 2001.
DEITEL, Harvey M.; DEITEL, Paul J.; STEINBUHLER, Kate. **E-business e e-commerce para administradores**. São Paulo: Makron Books, 2004.
KALAKOTA, Ravi; ROBINSON, Márcia. **E-business**: estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital. Porto Alegre: Bookman, 2002.
KARSAKLIAN, E. **Cybermarketing**. São Paulo: Atlas, 2000.
MENEZES, Hilton. **Comércio eletrônico para pequenas empresas**. São Paulo: Visual Books, 2003.

COMPONENTE CURRICULAR: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**CARGA HORÁRIA:** 60h**EMENTA:**

Comportamento do Consumidor e Mercados Consumidores. Fatores Culturais. Fatores Sociais. Alternativas de venda. Compra e Comportamento pós-compra.

OBJETIVO:

Capacitar o aluno a elaborar proposta de ações, com base na análise do comportamento do consumidor.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento Do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2004.
MITTAL Banwari, NEWMAN, Bruce I.; SHETH Jagdish N. **Comportamento do consumidor**: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.
SCHIFFMAN Leon G., KANUK Leslie. **Comportamento do consumidor**. 9. ed.. Rio de Janeiro: LTC, 2009.
SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor**. Bookmann, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR(5)

BLACKWELL, R.; MINIARD, P.; ENÉGEL, J. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

GIGLIO, ERNESTO M. **O comportamento do consumidor**. 3.ed. Cengage Learning, 2005.

LAKE, Laura A. **Comportamento do consumidor para leigos**. Alta Books, 2009.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2007.

PETER, J. Paul. **Comportamento do consumidor e estratégia de marketing**. Mcgraw Hill, 2009.

COMPONENTE CURRICULAR: COMUNICAÇÃO E RETÓRICA

CARGA HORÁRIA: 45h

EMENTA:

Argumentação: Retórica, Lógica e Dialética. Interpretação. Linguagem do corpo. Teoria das emoções. Desinibição e postura. Tipos de Discursos. Elaboração e fundamentação de discursos e argumentos. Técnicas de respiração e entonação da voz.

OBJETIVO:

Possibilitar ao educando o conhecimento da arte de bem falar, isto é, usar a linguagem para comunicar de forma eficaz e persuasiva.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MIRANDA, Renata. **Expressividade: você e sua imagem: como se comunicar corretamente e deixar a sua marca**. São Paulo: Saraiva, 2008.

POLITO, Reinaldo. **Como falar corretamente e sem inibições**. São Paulo: Saraiva, 2006

ROHDEN, Luiz. **O poder da linguagem: a arte retórica de Aristóteles**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

WEIL, Pierre e TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal**. São Paulo: Vozes, 2001

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

HARANTES, Helena Aparecida et. al. **Os degraus da produção textual**. Rio de Janeiro: EDUSC, 2003.

PERISSE, Gabriel Manole. **A arte da Palavra**. São Paulo: Manole, 2002.

POST, Peggy e POST, Peter. **Manual Completo de Etiqueta nos Negócios: a vantagem do comportamento certo para o sucesso profissional**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

RIBEIRO, Célia. **Boas maneiras & sucesso nos negócios: um guia prático de etiqueta para executivos**. 20.ed. Porto Alegre: L&PM, 2002.

_____. **Etiqueta na Prática: um guia moderno para as boas maneiras**. Porto Alegre: LP&M, 1997.

COMPONENTE CURRICULAR: CONTABILIDADE

CARGA HORÁRIA: 60h

EMENTA:

Origem da contabilidade. Conceito e formação do Patrimônio Inicial. Ativo e Passivo. Situações Líquidas ou Patrimônio Líquido e as variações patrimoniais. Conceito: débito, crédito e saldo. Classificação e função das contas. Plano de contas. Escrituração e o Método das Partidas Dobradas. Balancete de verificação. Atividades de lançamentos. Balanço Patrimonial. Apuração e contabilização de Lucro Bruto e das Provisões. Custos. Operações com mercadorias. Preço de venda.

OBJETIVO:

Promover estudos sobre a planificação contábil das contas, identificando-a como instrumento de trabalho efetivo e dinâmico, que possibilita a qualificação e quantificação do patrimônio e justifica a contabilidade como um sistema de informações seguras e oportunas aos usuários.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

RAMOS, Alkindar de Toledo et. al. **Contabilidade introdutória**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade geral fácil**. 7 ed São Paulo: Saraiva, 2010.

WENKE, Rodney. **Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais**. São Paulo: Saraiva, 2005

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARAUJO, Inaldo da Paixão S. **Introdução a contabilidade**. 3 ed. São Paulo: Saraiva: 2009.

FERREIRA, José Ângelo e SOUZA, William Jackson de. **Custos na prática – gerenciamento integrado e descomplicado dos custos pela margem de contribuição**. 2. Ed. São Paulo : STA, 2000.

NASCIMENTO; Jonilton Mendes: **Custos – planejamento, controle e gestão na economia globalizada**. 2. Ed. São Paulo : Atlas, 2001.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos fácil**. 7 ed.São Paulo: Saraiva, 2009.

SILVA, Cesar A. T.; TRISTÃO, Gilberto. **Contabilidade básica**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

COMPONENTE CURRICULAR: EMPREENDEDORISMO

CARGA HORÁRIA: 60h

EMENTA:

Fundamentos do empreendedorismo. Arranjos produtivos. Plano de negócios. Perfil empreendedor.

OBJETIVO:

Proporcionar ao aluno compreender a relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento da sociedade, bem como apresentar ferramentas que permitam o desenvolvimento de um plano de negócios, desde a concepção inicial de definição do negócio até a apresentação a potenciais fontes de recursos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de plano de negócios**: fundamentos, processos e estruturação. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CECCONELLO, Antonio Renato; AJZENTAL, Alberto. **A construção do plano de negócios**: percurso metodológico para: caracterização da oportunidade, estruturação do projeto conceptual, compreensão do contexto, definição do negócio, desenvolvimento da estratégia, dimensionamento das operações, projeção de resultados, análise de viabilidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Introdução ao empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARON, Robert. A; SHANE, Scott. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antonio. **Plano de negócios**: estratégia para micro e pequenas empresas. Barueri, SP: Manole, 2005.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

LOZINSKY, Sergio. **Implementando empreendedorismo na sua empresa**: experiências e ideias para criar uma organização empreendedora. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2010.

COMPONENTE CURRICULAR: ESTATÍSTICA APLICADA

CARGA HORÁRIA: 45h

EMENTA:

Conceitos básicos de Estatística. Séries estatísticas. Gráficos estatísticos. Distribuição de frequências. Medidas descritivas: de posição, de variabilidade ou de dispersão, de assimetria e curtose. Noções de probabilidade. Noções de amostragem. Correlação e Regressão Linear Simples.

OBJETIVO:

Oferecer as ferramentas necessárias para que o aluno desenvolva a capacidade de analisar estatisticamente quaisquer dados, desde a coleta, a apresentação, a interpretação e a discussão dos resultados, avaliando as técnicas apresentadas e tomando decisões razoáveis, baseadas em tais análises.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CRESPO, Antônio Arnot. **Estatística Fácil**. 19.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

MILONE, Giuseppe. **Estatística**: geral e aplicada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

NEUFELD, John L. **Estatística aplicada à administração usando Excel**. Tradução: José Luiz Celeste. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

VIEIRA, Sônia. **Elementos de Estatística**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARBOSA, Dalva Regina Ribeiro; MILONE, Giuseppe. **Estatística aplicada ao turismo e hotelaria**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

FONSECA, J.S. ; Martins, G. A. **Curso de Estatística**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

IEZZI, Gelson et al. **Matemática: ciência e aplicações**. São Paulo: Atual, 2001. v 3.

PAIVA, Manoel. **Matemática**. 2. ed. São Paulo: Moderna, 2003. volume único.

TRIOLA, Mário F. **Introdução a Estatística**. 7.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

COMPONENTE CURRICULAR: ÉTICA E RELAÇÕES HUMANAS NAS ORGANIZAÇÕES

CARGA HORÁRIA: 45h

EMENTA:

Eticidade, Moralidade, Legalidade e Dontologia. A ética da convicção. A ética da responsabilidade. A ética da virtude. Ética em marketing e propaganda. Ética em vendas. Ética na relação Empresa-Consumidor. A empresa ética. Bioética. O ser humano nas organizações. Relacionamento interpessoal. Estilos interpessoais. O assédio moral nas organizações. Tendências da ética profissional hoje.

OBJETIVO:

Reconhecer a importância e a necessidade da aplicação de princípios e valores éticos e morais, perante as diversas situações da vida do cidadão e, conseqüentemente, do cotidiano do profissional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARRUDA, Maria C. C.; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodrigues. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATOS, Francisco Gomes de. **Ética na gestão empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2007.

PASSOS, Elizabete. **Ética nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

PENA, Roberto P.; CASTRO, Paula Pessoa de. **Ética nos negócios: condições, desafios e riscos**. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BITENCOURT, Claudia. **Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais**. POA: Bookman, 2004.

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes; TACHIZAWA, Takeshy; CARVALHO, Ana Barreiros de. **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2002.

ARRUDA, Maria Cecília C. de. **Código de ética: um instrumento que adiciona valor**. São Paulo: Negócio Editora, 2002.

ASHLEY, Patrícia A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

SÁNCHEZ VÁLQUEZ, Adolfo. **Ética**. 31. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

COMPONENTE CURRICULAR: INTRODUÇÃO À INFORMÁTICA

CARGA HORÁRIA: 45h

EMENTA:

Conceitos básicos de informática. Ferramentas para produção e edição de textos, planilhas eletrônicas e apresentação de slides.

OBJETIVO:

Usar corretamente o computador, os programas, a Internet e suas ferramentas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAPRON, H. L.; JOHNSON, J. A. **Introdução à Informática**. 8 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

LOBO, Edson J. R. . **BrOffice Writer**: Nova solução em código aberto na editoração de textos. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

MONTEIRO, Mario A. **Introdução a Organização de Computadores**. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007

MORIMOTO, Carlos Eduardo. **Hardware**: o guia definitivo. Porto Alegre: Sul editores, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FILHO, Pio A. B.; MARÇULA, Marcelo. **Informática**: conceitos e aplicações. São Paulo: Erica, 2005.

MANZANO, André Luiz N. G. ; MANZANO, Maria Izabel N. G. **Estudo dirigido de informática básica**. 7 ed. São Paulo: Érica, 2007.

MATTO, João Roberto Loureiro de; GUIMARÃES, Leonam dos Santos. **Gestão da tecnologia e inovação**: uma abordagem prática. São Paulo: Saraiva, 2005.

O'BRIEN, James A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

TURCK, Maria da Graça Maurer Gomes. **Rede interna e rede social: O desafio permanente na teia das relações sociais**. 2 ed. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2002.

COMPONENTE CURRICULAR: LEGISLAÇÃO

CARGA HORÁRIA: 45h

EMENTA:

Introdução ao Direito. Constituição Federal 1988. Direitos fundamentais. Direito empresarial. Direito do Consumidor. Direito do Trabalho. Direito administrativo. Contratos. Obrigações. Responsabilidade Civil.

OBJETIVO:

Desenvolver no aluno o raciocínio jurídico para ser utilizado nos diferentes ramos específicos do Direito.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BRASIL. Código de defesa do consumidor.

BRASIL. Constituição Federal de 1988.

MAMEDE, Gladston. **Manual de Direito Empresarial** – São Paulo: Editora Atlas (edição mais recente)

RIZZATTO NUNES, Luiz Antônio. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**, 4ed., São Paulo: Saraiva, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALVIM, Thereza; ALVIM, Eduardo Arruda; SOUZA, James J. Marins de. **Código do Consumidor Comentado**. São Paulo: RT, 1991.

CAMINO, Carmen. **Direito Individual do Trabalho**. São Paulo: Ed. Síntese, 2005

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; WATANABE, Kazuo; JUNIOR, Nelson Nery; DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado Pelos Autores do Anteprojeto**, 9a ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

FAZZIO Jr., Waldo. **Cartão de crédito, cheque e direito do consumidor: legislação, doutrina e jurisprudência**. São Paulo: Atlas, 2010.

NEVES, Gustavo Bregalda e LOYOLA, kheyder. **Direito Administrativo esquematizado**. São Paulo: Rideel, 2009. Partes 1,2 e 3.

COMPONENTE CURRICULAR: LOGÍSTICA

CARGA HORÁRIA: 60 h

EMENTA:

Entradas e Processamento de Pedidos. Políticas e previsão de estoque. Reposição e classificação dos estoques. Dimensionamento do arranjo físico. Capacidade de armazenagem. Características dos modais de transporte. Responsabilidades do departamento de transportes. Logística reversa.

OBJETIVO:

Compreender a cadeia logística e o funcionamento, conhecendo o sistema logístico e seus componentes, além de entender a logística como estratégia competitiva.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BALLOU, Ronald. **Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. Porto Alegre: Bookman, 2006.

_____. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa**. São Paulo: Prentice Hall, 2009.

MARTINS, Petrônio G.; ALT, Paulo Renato Campos. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARNOLD, J. R. Tony. **Administração de materiais**. 1. ed. São Paulo : Atlas, 2009.
BOWERSOX, Donald J. e CLOSS, David J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimentos**. 1. ed. São Paulo : Atlas, 2010.
CHISTORPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**. 2ªed. São Paulo : Cengage Learning, 2009.
DIAS, Marco Aurelio P. **Administração de materiais: uma abordagem logística**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
DORNIER, P. P. et al. **Logística e operações globais: texto e casos**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

COMPONENTE CURRICULAR: MARKETING

CARGA HORÁRIA: 75h

EMENTA:

Fundamentos de marketing. Pesquisa mercadológica. Marketing de serviços/produtos. Plano de marketing. Marketing pessoal.

OBJETIVO:

Relacionar os conceitos do marketing ao aprimoramento da carreira pessoal e profissional.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. Editora Campus, 2008.
KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
NEVES, Marcos Fava. **Planejamento e Gestão Estratégica de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2008.
SAMPAIO, Rafael; MAGALHAES, Marcos Felipe. **Planejamento de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BAKER, Michael. **Administração de Marketing**. 5ª Edição. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
CZINKOTA, M. et al. **Marketing: as melhores práticas**. Porto Alegre: Bookman, 2001.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing: a bíblia do marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
PERREAULT, William; MCCARTHY, Jerome. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro, LTC Ed. 2002.
SAMPAIO, Rafael; MAGALHAES, Marcos Felipe. **Planejamento de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2007.

COMPONENTE CURRICULAR: PORTUGUÊS INSTRUMENTAL

CARGA HORÁRIA: 60h

EMENTA:

Leitura e compreensão de textos de área profissional. Níveis de linguagem e adequação lingüística. Comunicação oral e escrita. Gramática aplicada. Redação técnica.

OBJETIVO: Possibilitar ao educando o desenvolvimento da escrita, oralidade, capacidade de leitura e competência textual.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ABAURRE, M. L.; PONTARA, M. N.; FADEL, T. **Português: língua e literatura**. 2 ed. São Paulo: Moderna, 2003.

BELTRÃO, Odacir; BELTRÃO, Mariúsa. **Correspondência: linguagem & comunicação: oficial, comercial, bancária, particular**. 23 ed., São Paulo: Atlas, 2005.

CUNHA, Celso; CINTRA, Luís F. Lindley. **Nova gramática do português contemporâneo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FERREIRA, Aurélio B. de Holanda. **Novo Dicionário AURELIO da língua portuguesa**. 4 ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FIORIN, J. Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. **Para entender o texto leitura e redação**. São Paulo: Ática, 2003.

KOCK, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender**. – os sentidos do texto. São Paulo: Contexto, 2006.

NICOLA, José de. **Gramática da palavra, da frase, do texto**. São Paulo: Scipione, 2004.

SARMENTO, Leila Lauar. **Gramática em Textos**. 2 ed. rev. São Paulo: Moderna, 2005.

TERRA, Ernani; NICOLA, José. **Português – De olho no mundo do trabalho**. São Paulo: Scipione, 2004.

COMPONENTE CURRICULAR: TÉCNICAS DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO

CARGA HORÁRIA: 75h

EMENTA:

A administração e processualidade de vendas em diferentes tipos de organizações. A importância estratégica das informações em vendas e as técnicas de vendas. Conceitos e princípios de negociação. O estudo das emoções e sentimentos na negociação. A Inteligência, os estilos interpessoais e a negociação. Os resultados em negociação, a partir de estratégias e táticas adequadas. A motivação e preparação de um processo de negociação.

OBJETIVO:

Possibilitar ao aluno o conhecimento das variáveis componentes do processo mercadológico, orientadas para o processo da função promoção e venda e apresentar as mais modernas técnicas de vendas e de negociação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CARVALHO, Marcos R.; ALVAREZ, Francisco Javier S. Mendizabal. **Gestão Eficaz da Equipe de Vendas**. São Paulo: Saraiva, 2008.

LAS CASAS; Alexandre Luzzi. **Técnicas de Vendas:** como vender e obter bons resultados. São Paulo: Atlas, 2004.

MELLO, José Carlos Martins F. de. **Negociação Baseada em Estratégia.** São Paulo: Atlas, 2005

PESSOA, Carlos. **Negociação Aplicada:** Como Utilizar as Táticas e Estratégias para Transformar Conflitos Interpessoais em Relacionamentos Cooperativos. São Paulo: Atlas, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MICHAELSON, Gerald A. **Sun Tzu - Estratégias de Vendas.** São Paulo: Makron Books, 2005.

NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thome e. **Administração de Vendas:** planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005.

SZULCSEWSKI, Charles John; MEGIDO, J L Tejon. **Administração Estratégica de Vendas e Canais de Distribuição.** São Paulo: Atlas, 2002.

TEIXEIRA, Elson A; TOMANINI, Claudio; MEINBERG, Jose Luiz; PEIXOTO, Luiz Carlos. **Gestão de Vendas.** Editora FGV, 2004.

THULL, Jeffrey. **Gestão de Vendas Complexas.** Editora Saraiva, 2007.

8. AVALIAÇÃO DO RENDIMENTO ESCOLAR

O Curso segue o Regulamento da organização didática dos Cursos Técnicos de nível médio e o regulamento da avaliação do rendimento escolar do Instituto Federal Farroupilha.

8.1 RECUPERAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A recuperação da aprendizagem é contínua e ocorre no decorrer do Componente Curricular. Fica a critério do professor, estabelecer os instrumentos que serão utilizados, de forma a atender às peculiaridades do Componente Curricular.

8.2 INSTRUMENTOS E FORMAS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM PARA OS ALUNOS DOS CURSOS EAD:

- Aulas a Distância, na Plataforma Moodle;

- Aulas Presenciais;
- Seminários;
- Avaliação;
- Entrega das atividades da Plataforma;
- Provas Presenciais;
- Os critérios de avaliação é proposto pelo Professor, no início das atividades da disciplina, na Plataforma Moodle;.

A avaliação Presencial ocorre nos Polos, por meio de provas realizadas, na mesma data e horário para todos os alunos. A aplicação dessas avaliações é realizada pelos professores e/ou tutores presenciais, com o devido acompanhamento do Coordenador do Polo.

Pode também pode fazer parte da avaliações as atividades das aulas práticas presenciais realizadas nos Polos presenciais.

A avaliação é realizada de forma contínua, através das atividades e tarefas em que são observadas, dentre outras, a capacidade do aluno refletir sobre conceitos, de pesquisar, de interagir significativamente com os pares, de perceber suas dificuldades e superá-las.

Nas discussões através de fóruns o aluno deve atentar para que suas contribuições tragam uma boa reflexão sobre o tema discutido; deve comentar a contribuição dos colegas; trazer um questionamento novo sobre o tema discutido e ainda oportunizar indicação de material complementar (leituras, vídeos, etc.) que possa enriquecer a discussão.

É permitido ao aluno - EAD - cumprir o(s) Componente(s) Curricular (es) em que tenha sido reprovado, no próximo ano, de maneira concomitante às disciplinas do ano seguinte, quando a disciplina for ofertada. Caso o Curso não seja ofertado novamente no Polo de origem, o aluno poderá cursar o(s) Componente(s) Curricular (es) em outro Polo mais próximo.

Podem requerer avaliação de 2ª Chamada:

- a) o estudante assistido pelo regime de exercícios domiciliares (Decreto-Lei nº 1.044/69);
- b) ausência por doença;
- c) a estudante gestante (Lei nº 6.202/75);
- d) o aluno impedido de realizar avaliação por motivo de falecimento de familiares.

O aluno que não comparecer às avaliações deve apresentar a justificativa no Polo de Ensino Presencial, num prazo de até 05 (cinco) dias úteis, após a avaliação. O Tutor encaminha a justificativa ao Coordenador do NEAD, via e-mail digitalizado.

8.3 APROVEITAMENTO DE ESTUDOS

É o processo de análise dos estudos concluídos em outro curso. A dispensa ou aproveitamento de equivalente deve ser solicitado pelo aluno para a Coordenação de Curso, nos prazos previstos no Calendário, com apresentação de histórico escolar e a matriz curricular com os programas dos Componentes Curriculares, objeto da solicitação. A dispensa dos Componentes Curriculares é analisada por docente (s) especialista (s) do Componente Curricular requerido para o aproveitamento, desde que:

- A carga horária apresentada seja igual ou superior à carga horária prevista no Componente Curricular do Curso pleiteado;
- A avaliação da correspondência de estudos deve recair sobre os conteúdos que integram os programas dos Componentes Curriculares apresentados e não sobre a denominação dos Componentes Curriculares cursados;
- Serão aproveitados Componentes Curriculares cujos conteúdos coincidirem em, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) com os programas dos

Componentes Curriculares do respectivo Curso oferecido pelo Instituto Federal Farroupilha;

- O aluno pode obter dispensa, por aproveitamento de estudos, de, no máximo, 30% (trinta por cento) da carga horária total do curso. Este processo é efetivado através da análise da matriz curricular;
- Não é aceito o aproveitamento de estudos para Componentes Curriculares(s) em que o requerente tenha sido reprovado;
- O (a)s estudante (s) de nacionalidade estrangeira ou brasileiros (as), com estudos realizados no exterior devem apresentar documentação legalizada por via diplomática e com equivalência concedida pelo respectivo sistema de ensino;
- O (a) estudante pode solicitar certificação de conhecimentos adquiridos, através de experiências previamente vivenciadas, inclusive fora do ambiente escolar, com o fim de alcançar a dispensa de alguma(s) disciplina(s) integrante(s) da matriz curricular do curso, conforme legislação;
- O estudante deve cursar os Componentes Curriculares em que tenha solicitado dispensa enquanto aguarda parecer de pedido de dispensa.

9. INFRAESTRUTURA DO POLO DE APOIO PRESENCIAL – Contrapartida Municipal

- Sala para Coordenação do Polo.
- Sala de Tutores.
- Laboratório de informática com acesso à Internet.
- Salas de aula.
- Laboratório para as Práticas Profissionais.
- Biblioteca.
- Sala de vídeo – conferência.

9.1 RECURSOS HUMANOS

- Coordenador (a) do Polo Presencia I- Bolsista FNDE, de acordo com Legislação vigente.
- Tutores presenciais - Bolsista FNDE, de acordo com Legislação vigente.
- Técnico para manutenção dos **Laboratórios** (PM)
- Secretaria do polo (PM)
- Bibliotecária (PM)

10. PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

10.1 CORPO DOCENTE EFETIVO DO CAMPUS

Quadro 3. Corpo docente efetivo do Campus – Formação e Titulação

Docente	Formação	Titulação
Adriano Andrejew Ferreira	Licenciatura em Ciências Biológicas	Doutorado em Ciências - Área Genética e Biologia Molecular
Adriano Wagner	Bacharel em Administração	Mestre em Engenharia de Produção
Analice Marchezan	Licenciatura em Matemática	Mestrado em Engenharia da Produção
Antônio Azambuja Miragem	Licenciatura em Educação Física	Mestre em Ciências Biológicas: Fisiologia
Carla Cristiane Costa	Licenciatura em Química	Doutorado em Química
Carla Simone Guedes Pires	Graduação em Ciência da Computação	Pós-Graduação em Formação Pedagógica
Cleria Bitencorte Meller	Licenciatura em Ciências	Doutora em Educação
Cornelia Kudiess	Graduação em Desenho e Plástica	Mestre em Educação
Daniel Ricardo Arsand	Graduação em Química Industrial	Doutorado em Química: Química Analítica
Daniel Souza Cardoso	Licenciatura em Física	Mestre em Meteorologia
Danielli Vacari de Brum	Licenciatura em Matemática	Mestre em Engenharia de Produção
Fernanda Conrad Rigo	Graduação em Arquitetura e Urbanismo	Especialização em Design de Móveis
Fernanda Freitas Costa de	Graduação em Design de	Doutora em Ciência Florestal

Torres	Ambiente	- Ergonomia e Design de Móveis
Gilberto Schwertner Filho	Graduação em Engenharia Ambiental	Doutorado em Biotecnologia
Glaucio Adriano Fontana	Bacharel em Informática	Mestre em Sistemas de Conhecimento (Inteligência Computacional).
Jean Carlos Soares da Silva	Graduação em Administração	Mestre em Administração
Laurí Mayer	Graduação em Química de Alimentos	Doutor em Ciência e Tecnologia Agroindustrial
Leandro Jorge Daronco	Licenciatura em História	Mestre em História
Lenize Rodrigues Ferreira	Licenciatura em Geografia	Mestre em Geografia - Análise Ambiental e Territorial
Letícia Domanski	Licenciatura em Letras Portugêses/Espanhol e respectivas Literaturas	Especialização em Ensino/Aprendizagem de Línguas e Espanhol
Luiz Antonio Brandt	Licenciatura e Bacharelado em Filosofia	Pós-Graduação Lato Sensu em nível de Especialização em Filosofia, Educação e Existência: a Contribuição da Filosofia Clínica.
Maria Cristina Rakoski	Tecnóloga em Processamento de Dados	Mestre em Educação nas Ciências
Marcelo Eder Lamb	Licenciatura em Educação Física	Mestrado em Educação
Mauro Kowalczuk	Graduação em Engenharia Mecânica	Mestre em Engenharia
Melissa Walter	Graduação em Farmácia e Bioquímica	Doutora em Agronomia
Paula Michele Abentroth Klaic	Graduação em Química Industrial de Alimentos	Mestre em Ciência e Tecnologia Agroindustrial
Raquel Maldaner Paranhos	Graduação em Engenharia Civil	Mestre em Engenharia Civil
Renata Rotta	Graduação em Arquitetura e Urbanismo	Mestre em Engenharia Civil
Rosane Rodrigues Pagno	Bacharel em Administração Especialista em Administração	Mestre em Engenharia da Produção
Sidinei Cruz Sobrinho	Bacharel em Direito	Mestre em Filosofia
Vera Lúcia Silveira Caballero Frantz	Licenciatura em Português/Inglês e respectivas Literaturas	Mestrado em Letras

10.2 CORPO TÉCNICO ADMINISTRATIVO DO CAMPUS

Quadro 4. Corpo Técnico Administrativo do Campus

Nome	Cargo	Formação
Abel Eduardo Auth	Técnico em Tecnologia da Informação	Técnico em Informática
Arnedio Canova	Assistente em Administração	Graduação em Gestão Pública
Carla Regina Klein	Contadora	Graduação em Contabilidade
Carlos Thomé	Assistente em Administração	Graduação em Matemática
Criselen Jarabiza	Bibliotecária	Bacharel em Biblioteconomia
Deisi Maria Link	Técnica em Assuntos Educacionais	Graduação em Educação Física Mestre em Ciência e Movimento Humano
Delmar José Lorscheiter	Assistente em Administração	Graduação Em Biologia
Elianes Kuhn	Auxiliar de Biblioteca	Ensino Médio
Elisabete Scherer dos Santos	Auxiliar de Biblioteca	Licenciatura em Letras 1º Grau
Daiele Zuquetto Rosa	Pedagoga	Graduação em Pedagogia Especialização em Psicopedagogia: Abordagem Clínica e Institucional
Gustavo Reis Pinto	Auditor	Graduação em Economia
Jane Marlize Ropke	Técnica em Assuntos Educacionais	Licenciatura em Letras Esp. em Gestão em Organização escolar
Juliano Scheid	Técnico em Tecnologia da Informação	Técnico em Informática
Lucas Campello da Pieva	Técnico em Tecnologia da Informação	Graduação em Informática
Magnus Jaime Scheffler	Técnico em Agropecuária	Técnico em Agropecuária Curso Superior em Formação de Professores de Disciplinas Especializadas de 2º Grau – Habilitação em Agricultura e Zootecnia
Maidi Jähn Karnikowski	Assistente em Administração	Magistério
Maiquel Hetsper Lima	Analista de Tecnologia da Informação	Graduação em Sistemas de Informática
Márcio Ezequiel Diel Turra	Administrador	Bacharel em Administração
Márcio Josué da Silva	Assistente de Alunos	Bacharel em Administração
Mariclei Gonçalves Keller	Técnica em Enfermagem	Técnico em Enfermagem
Max Janos Mello Conterato	Assistente em Administração	Técnico em Contabilidade

Michele Krieger	Assistente em Administração	Graduação em Administração
Mirian Rosani Crivelaro Kovich	Assistente em Administração	Graduação em Administração Especialização em Projeção e Formação Pedagógica
Mirian Tavares da Silva	Técnica em Alimentos – Laticínios	Graduação em Química de Alimentos
Renato Butke	Assistente em Administração	Bacharel em Administração - Comércio Internacional
Richelli Daiana Pinheiro	Assistente Social	Graduação em Serviço Social Especialização em Gestão Ambiental
Rita Vanderleia Martel	Assistente em Administração	Bacharel em Direito Especialização em Direito Processual Civil
Saulo Stevan Pasa	Assistente em Administração	Licenciatura em Educação Física
Simone Cazzarotto	Psicóloga	Graduação em Psicologia Especialização em Teoria Psicanalítica Especialização em Teoria da Informação e da Comunicação na Promoção da Aprendizagem

11. EXPEDIÇÃO DE DIPLOMA E CERTIFICADOS

Diploma expedido pelo Setor de Registros Escolares, de acordo com as normativas do Instituto Federal Farroupilha, para os cursos Técnicos.

12. SELEÇÃO DE PROFESSORES, TUTORES E COORDENADOR DE POLO PRESENCIAL

O Programa e-Tec Brasil prevê bolsas de incentivo à docência financiadas pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). O processo seletivo de docentes acontece através de Edital interno, baseando-se na análise de currículo dos candidatos inscritos. No caso de não preenchimento da totalidade das vagas, selecionar-se-á profissionais de outras unidades ou de outras instituições de ensino.

A seleção de tutores ocorre mediante edital e realização de processo seletivo realizado pela Diretoria de Gestão de Pessoal (DGP), da Reitoria do Instituto Federal Farroupilha.

12.1 METODOLOGIA E EQUIPE DE APOIO AO ENSINO A DISTÂNCIA

A estrutura de apoio pedagógico ao aluno prevê, além do Professor e Coordenador de Curso, o apoio do Tutor presencial, de um Coordenador de Polo e um Tutor a distância.

a) Do Tutor presencial: atua no Polo junto aos alunos e tem como atribuições:

- Conhecer o Projeto Pedagógico do Curso;
- Ser um mediador entre o estudante e material didático e atividades práticas de laboratório;
- Estimular, motivar e orientar os alunos a desenvolverem suas atividades acadêmicas e de autoaprendizagem;
- Planejar e organizar as ações de orientação da aprendizagem;
- Realizar os encontros presenciais com os alunos, em grupo para orientação, troca de experiências, confronto de ideias e busca de soluções;
- Assessorar e mediar o processo de aprendizagem do aluno, considerando o ritmo e estilo de aprendizagem de cada um;
- Possibilitar aos alunos procedimentos reflexivos e fundados em conceituações teóricas consistentes;
- Avaliar o processo de aprendizagem do aluno, em articulação com o professor e tutor a distância;
- Manter o professor, o tutor a distância e o pedagogo informados sobre o nível de preparação e desenvolvimento dos alunos;

- Acompanhar as interações dos alunos, por meio da lista de discussões, fóruns e sala de bate-papo da unidade curricular, auxiliando o professor e tutor a distância, na condução desses recursos;
- Suscitar interesse pela investigação e uso de bibliotecas e laboratórios;
- Realizar sistematicamente exercícios de autoavaliação, discussão de resultados de avaliações propostas nos encontros presenciais;
- Orientar trabalhos escolares e atividades complementares;
- Participar das reuniões com o professor e tutor a distância para acompanhamento e avaliação dos resultados da unidade curricular;
- Participar das reuniões técnico-pedagógicas do curso.

b) Do Tutor a distância: atua no Polo Proponente (IF Farroupilha – Campus Santa Rosa), tendo como principais funções:

- Colaborar com o Professor/Conteudista e formador, na condução dos conteúdos das unidades curriculares e módulos;
- Participar das reuniões pedagógicas e dos trabalhos dos órgãos colegiados do Curso;
- Planejar e organizar as ações educativas junto ao professor/conteudista e formador;
- Disponibilizar material didático;
- Assessorar e acompanhar o trabalho do professor/conteudista e formador e tutores presenciais e de laboratório;
- Acompanhar as interações dos alunos, por meio da lista de discussões, fóruns e sala de bate-papo da disciplina;
- Acompanhar atividades de extensão e pesquisa em EAD, propostas pelo professor/conteudista e formador;
- Dispor de horário específico de permanência para atendimento às necessidades pedagógicas da unidade curricular.

c) Do Coordenador de Polo: tem como principais atribuições:

- Gerir as questões administrativas do Curso, atualizando-as quando necessário;
- Orientar os tutores presenciais e de laboratório para o desenvolvimento adequado das atividades;
- Estabelecer e coordenar as atividades necessárias às funções de secretaria, de laboratório de informática e biblioteca;
- Acompanhar o processo ensino e aprendizagem nas duas vertentes: docente e discente;
- Demais atividades relacionadas às questões pedagógicas e administrativas do Curso e do Polo.

O suporte a recursos bibliográficos (biblioteca) também estarão disponíveis aos alunos.

As aulas práticas são realizadas em laboratórios técnicos e/ou laboratórios virtuais nos Polos de apoio presencial, com a presença dos professores ou tutores das unidades curriculares.

A avaliação ocorre nos polos, por meio de provas presenciais realizadas na mesma data e horário, para todos os alunos. A aplicação dessas avaliações será realizada pelos tutores presenciais, sob supervisão do Coordenador de Polo. Das avaliações também farão parte as atividades referentes às aulas práticas presenciais realizadas no ambiente virtual de aprendizagem, como realização de atividades propostas pelo professor, de participação em *chat's*, *wiki's* e outros disponíveis no ambiente virtual de aprendizagem.

13. CURSOS DE ENSINO A DISTÂNCIA PROGRAMA – E-TEC BRASIL

O Programa e-Tec Brasil é uma das ações nacionais do Plano Nacional de Desenvolvimento da Educação – PNDE e tem por objetivo a expansão e interiorização da oferta de educação profissional de nível médio, na modalidade de educação a distância.

Os Polos do Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil (e-Tec Brasil) foram avaliados por servidores do Instituto Federal Farroupilha, designados mediante Portaria. O programa tem como foco expandir a oferta de Cursos Técnicos de nível médio, especialmente para o interior e para as áreas metropolitanas. O programa recebe recursos do FNDE para capacitação dos professores e tutores, além da realização dos processos seletivos, e infraestrutura para a oferta dos cursos.

Os Cursos têm duração média de dois anos e contam com uma equipe de apoio, Coordenador de Polo, Tutoria Presencial e a Distância, Coordenadores de Curso e Professores. O processo seletivo dos alunos é de responsabilidade da Instituição de Ensino Proponente do Programa. Ao MEC/SETEC cabe financiar o material didático impresso e virtual, além de efetuar o pagamento de bolsas aos tutores, coordenadores e professores. Os Polos passaram por uma avaliação *in loco* pela equipe de avaliadores para abertura dos cursos do programa. Para oferta do curso foi analisada a infraestrutura do local oferecido, o espaço para biblioteca, além da oferta de laboratórios de informática.

Resultado de uma parceria entre a Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (Setec) e instituições públicas de ensino técnico, a e-Tec Brasil foi estruturada em modelo semelhante à Universidade Aberta do Brasil (UAB), como parte do Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE).