



Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO TÉCNICO EM VENDAS

**MODALIDADE : ENSINO À DISTÂNCIA NO
ÂMBITO DO PROGRAMA PRONATEC –
MÉDIOTEC**

**EIXO TECNOLÓGICO:
GESTÃO E NEGÓCIOS**

RIO VERDE, ESTADO DE GOIÁS, 2020



Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

PROJETO APROVADO PELO CONSUNI – CONSELHO UNIVERSITÁRIO

RESOLUÇÃO Nº.

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
CAMPUS RIO VERDE**

RIO VERDE, ESTADO DE GOIÁS, 2020



Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Reitor

Sebastião Lázaro Pereira

Leonardo Veloso do Prado

Vice-Reitor

Helemi Oliveira Guimarães de Freitas

Pró-Reitora de Graduação

Pró-Reitor de Pós-Graduação

Gustavo André Simon

Pró-Reitor de Extensão e Cultura

Vanessa Renata Molinero de Paula

Pró-Reitor de Assuntos Estudantis

NagibYassin



Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação

Eduardo Lima do Carmo

Pró-Reitor de Administração e Planejamento

Alberto Barella Netto

Procuradora Geral

Viviane Aprígio Prado e Silva

Coordenadora Geral do Pronatec

Maria Flavina das Graças Costa



Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Comissão de Elaboração

Maria Flavina das Graças Costa
Ana Paula de Sousa Prado

Coordenação Pedagógica

Coordenador(a):

E-mail:

Telefone: (64)

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	7
2. IDENTIFICAÇÃO	7
3. PERFIL DA INSTITUIÇÃO	8
3.1 Histórico Institucional.....	8
3.2 Identidade da Instituição	11
3.3.1 Missão	11
3.3.2 Compromisso	11
3.3.3 Responsabilidade.....	11
4. INSTALAÇÕES FÍSICAS.....	8
5. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO.....	15
6. JUSTIFICATIVA DE OFERTA DO CURSO.....	15
7. OBJETIVOS DO CURSO	17
7.1 Objetivo Geral.....	17
7.2 Objetivos Específicos	Erro! Indicador não definido.
8. PERFIL DOS EGRESSOS	19
9. REQUISITO DE INGRESSO	19
10. FREQUÊNCIA MÍNIMA OBRIGATÓRIA.....	24
11. PRÁTICA PROFISSIONAL	25
12. ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO NÃO OBRIGATÓRIO	25
13. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM	25
14. AUTOAVALIAÇÃO INSTITUCIONAL.....	28
15. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS PARA APROVEITAMENTO DE ESTUDOS ANTERIORES	28
16. EXPEDIÇÃO DE DIPLOMAS E CERTIFICADOS.....	28
17. MATERIAL DIDÁTICO	29
18. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	29
19. EMENTÁRIO.....	Erro! Indicador não definido.

6.1 APRESENTAÇÃO

O presente documento constitui-se do projeto pedagógico do curso Técnico em Vendas que será oferecido através do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – PRONATEC, subsequente, modalidade EaD, referente ao eixo tecnológico Gestão e negócios do catálogo nacional de cursos técnicos.

Este projeto fundamenta-se nas bases legais do Programa Nacional e Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – PRONATEC, no que dispõe a LDB n. 9.394/96 e no Projeto Político Pedagógico Institucional.

6.1 IDENTIFICAÇÃO

DADOS DA INSTITUIÇÃO
NOME: UNIVERSIDADE DE RIO VERDE – UNIRV
RAZÃO SOCIAL: FESURV – UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
CNPJ: 01.815.216/0001-78
CAMPUS: RIO VERDE
ENDEREÇO: FAZENDA FONTES DO SABER, SETOR UNIVERSITÁRIO, RIO VERDE – GOIÁS.
TELEFONE: 64.3611-2202 – SITE: www.unirv.edu.br

REITOR: Sebastião Lázaro Pereira
Campus ou unidade de ensino que dirige: Universidade de Rio Verde – UniRV

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Identidade: M1132560 – SSP/MG
Endereço: Fazenda Fontes do Saber
Telefone: (64) 3611-2200 – FAX: (64) 3611-2205 – e-mail: reitoria@unirv.edu.br

PROPONENTE: Maria Flavina das Graças Costa
Campus ou unidade de ensino que está lotada: Campus - Rio Verde
Cargo/função: Coordenadora Geral PRONATEC
CPF: 279.172.821-04
Endereço: Fazenda Fontes do Saber, s/n - Setor Universitário - Rio Verde - GO
Telefone: 64.3623-6302 – E-mail: flavina@unirv.edu.br

6.1 PERFIL DA INSTITUIÇÃO

3.1 Histórico Institucional

A UniRV foi fundada no ano de 1973 e, hoje, é uma das principais Instituições de Ensino Superior do Estado de Goiás. Já foi chamada de Fafi (Faculdade de Filosofia), Furv (Fundação Universitária de Rio Verde), em março de 1973 passou a ser FESURV (Fundação do Ensino Superior de Rio Verde) e no dia 24 de fevereiro de 2003, por meio da Lei nº 4.541, foi criada a Universidade de Rio Verde - UniRV.

Além do campus Administrativo, instalado em uma área de 62 alqueires e mais um câmpus em Rio Verde (Centro de Negócios), a UniRV também está presente nas cidades de Aparecida de Goiânia, Caiapônia e Goianésia. Hoje são cerca de 7.000 acadêmicos frequentando um dos 21 cursos de graduação oferecidos em quatro grandes áreas: Ciências Humanas e Sociais (Administração, Ciências Contábeis, Design de

Interiores, Design Gráfico, Direito, Pedagogia e Psicologia); Ciências Exatas e Engenharias (Engenharia Ambiental, Engenharia Civil, Engenharia de Produção, Engenharia de Software e Engenharia Mecânica); Ciências Biológicas e da Saúde (Ciências Biológicas – licenciatura e bacharelado, Educação Física - licenciatura e bacharelado, Enfermagem, Farmácia, Fisioterapia, Medicina e Odontologia) e Ciências Agrárias (Agronomia e Medicina Veterinária).

Na área de Pós-Graduação, destaca-se o mestrado em Produção Vegetal, implantado em 2004, devidamente recomendado pela Capes/MEC - foi o primeiro a ser oferecido por uma instituição de nível superior do interior de Goiás.

Uma das características relevantes da UniRV é a sua atuação junto à comunidade. Praticamente todos os cursos da instituição desenvolvem projetos sociais. O trabalho em campo não só possibilita o aprimoramento dos acadêmicos, como também reflete na melhoria da qualidade de vida da população.

Para atender aos acadêmicos e formar profissionais aptos, a instituição conta com ampla e moderna estrutura e um quadro docente composto por mais de 80% de professores com mestrado e/ou doutorado, número que supera e, muito, as exigências da LDB - Lei de Diretrizes e Bases.

A Universidade vem atendendo a demanda por curso superior do Sul e Sudoeste do Estado, em razão de ser uma cidade geograficamente bem localizada no Estado. Uma região que polariza atividades variadas, com destaque pertinente à agropecuária, com forte atividade comercial e grande explosão na área da industrialização. É berço de formação profissional para aqueles que residem na cidade, em cidades vizinhas e circunvizinhas e a procuram a fim de buscarem conhecimentos e melhor nível de escolarização para atuarem no mercado de trabalho, por meio da oferta dos seguintes cursos.

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Campus Universitário - Localizado na Fazenda Fontes do Saber, o Campus Universitário conta com o sete blocos que abrigam os diversos setores da administração, salas de aula, auditório, laboratórios, hospital veterinário, restaurante universitário, setores Bovino de Leite, Cunicultura, Piscicultura, Caprinocultura, Ovinocultura, Suinocultura, Equinocultura, Aquicultura, Avicultura, Apicultura, Fruticultura, Silvicultura e Paisagismo, Olericultura, Grandes Culturas, Plantas Medicinais, Meteorologia, Reserva Ecológica, Casa de Vegetação e pivô de irrigação, onde são realizados experimentos de trigo, milho, algodão, soja e sorgo, entre outros.

No **Centro de Negócios** funcionam os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Educação Física. Também localizado a área central, conta com auditório, laboratórios de informática, biblioteca e quadra de esportes.

Campus Caiapônia - O Campus conta com oito salas de aula, laboratório de informática, biblioteca, auditório e oferece três cursos: Direito, Educação Física e Engenharia Ambiental. A instalação de uma unidade na cidade de Caiapônia beneficia estudantes de diversos municípios, dentre eles, Iporá, Palestina, Piranhas, Doverlândia, Amorinópolis, Barra do Garças e Aragarças.

Campus Aparecida - O curso de medicina em Aparecida de Goiânia começou a ser idealizado em 2012, dentro do Projeto de expansão da Universidade e balizado pela pesquisa de quais cidades goianas apresentavam população e infraestrutura compatível com os anseios de desenvolvimento da Universidade.

Campus Goianésia - O curso de medicina em Goianésia iniciou as atividades no segundo semestre de 2015, dentro do Projeto de expansão da Universidade e, também, balizado pela pesquisa de quais cidades goianas apresentavam população e

infraestrutura compatível com os anseios de desenvolvimento da Universidade

3.2 Identidade da Instituição

3.2.1 Missão

A UniRV tem por missão promover e disseminar o conhecimento por meio de suas atividades de ensino, pesquisa e extensão para a formação de profissionais com excelência e postura ética, contribuindo para o desenvolvimento local, regional e nacional.

3.3.2 Compromisso

Assegurar ensino de qualidade com sólidas bases científicas, interdisciplinaridade e visão atualizada do mundo, domínio e aplicação de tecnologias educacionais, formas participativas e práticas inovadoras de ensino e aprendizagem.

3.3.3 Responsabilidade

Assegurar ensino de qualidade com sólidas bases científicas, interdisciplinaridade e visão atualizada de mundo, domínio e aplicação de tecnologias educacionais, formas participativas e práticas inovadoras de ensino e aprendizagem.

6.1 INSTALAÇÕES FÍSICAS

A UniRV – Universidade de Rio Verde oferece vinte e um cursos de graduação no *campus* de Rio Verde, um em Aparecida, quatro em Caiapônia e um em Goianésia.

O *Campus* I situado na Fazenda Fontes do Saber possui 297,39 hectares de área total, contando com 26.651 m² (área rural e social) de área construída que abriga os

Blocos I, II, III, IV, V, VI e VII.

Esse *campus* conta com salas de aulas, áreas de circulação, laboratórios diversos, biblioteca central, dois auditórios (no bloco I para 250 pessoas e outro no bloco II para noventa pessoas), lanchonete, diversos setores agropecuários (bovinocultura, cunicultura, piscicultura, olericultura e caprinocultura) e sede da associação dos Professores e Funcionários da Universidade de Rio Verde.

O bloco I é utilizado pelos Cursos de Design Gráfico, Design de Interiores, Enfermagem, Engenharia de Software, Farmácia, Fisioterapia, Nutrição, Odontologia e Pedagogia.

Para dar suporte ao funcionamento pedagógico, a UniRV conta com instalações destinadas a providências administrativas, com área construída de 12.103 m². Há no Bloco I 50 salas de aulas todas climatizadas, 6 salas de direção, 1 sala da Coreme, 2 laboratórios de medicina, 2 laboratório de Design, 3 salas para secretaria geral, 1 sala Departamento de Estágio, 8 laboratórios de informática, 1 núcleo de desenvolvimento de software, 1 sala coordenação dos laboratórios de informática, 1 laboratório de Psicologia, 1 sala da coordenação do estágio probatório, 2 salas setor de bolsas, 1 central de cópias, 1 laboratório de fisioterapia, 1 núcleo da faculdade de Odontologia, 1 sala de EAD, 1 sala de Coral, 1 laboratório de monitoramento ambiental, 1 consultório de Enfermagem, 1 laboratório de Enfermagem, 1 sala de teleconferências de Engenharias, 1 sala de reuniões, 2 salas do Núcleo de Disciplinas Comuns, 23 salas destinadas a administração superior (Reitoria, Vice-Reitoria e Pró-Reitorias), 1 sala de monitoramento, 1 tesouraria, 3 salas de Departamento Financeiro, 5 salas do Departamento de licitação, 1 sala do Departamento de cerimonial, 2 salas do Departamento de Compras, 1 sala do Departamento de Contabilidade, 1 central de atendimentos, 1 central de cópias, 1 sala da Assessoria de Comunicação, 3 salas de Tecnologia de informação, 1 sala de telefonista, perfazendo 630 m² de área construída.

O bloco II do *Campus* Administrativo é utilizado pelos cursos de Ciências Biológicas, Agronomia e Mestrado em Produção Vegetal. O prédio possui a seguinte infraestrutura utilizada pelos cursos: 29 laboratórios de diversas áreas, 10 salas de aula para graduação e mestrado. Há diversas salas de apoio pedagógico e técnico, 1 subsecretaria e 13 salas compartilhadas por professores para suas atividades, inclusive para atendimento a alunos.

Os cursos de Agronomia, Engenharia Civil e Engenharia de Produção ocupam o Bloco III do *Campus* I, contando com 20 salas de aula, 4 salas para coordenação de núcleos pedagógicos, 1 sala de professores, 3 salas de serviços administrativos e apoio, banheiros, lanchonete e uma ampla área de convivência.

No bloco IV funcionam os cursos de Medicina Veterinária e Engenharia Civil, além de contar com um laboratório de Odontologia. O bloco tem 10 salas de aula, 1 sala de convivência, 2 laboratórios de informática, 2 banheiros, 1 sala de professores e 3 salas para direção de cursos, atende ao curso de Medicina Veterinária, abrigando o Laboratório de Anatomia Animal e o Laboratório de Patologia Animal, juntamente com vestiários feminino e masculino para a realização de aulas teórico - práticas.

A Clínica Veterinária Escola conta com uma recepção, dois consultórios, ambulatório, sala da administração, área de canil e centro cirúrgico.

O bloco V é utilizado pelo curso de Engenharia Ambiental consta com 12 salas de aulas, 1 sala de professores, 1 subsecretaria, 1 sala de direção, 1 sala de núcleos e 2 banheiros.

O bloco VI é utilizado pelos cursos de Direito, Medicina e Psicologia e conta com 4 salas de direção e coordenação, 2 salas para os núcleos da faculdade de Direito, 1 mini-auditório, 2 salas de professores, 1 subsecretaria, 1 sala de xerox, 1 sala de T.I. e 31 salas de aulas.

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

O Bloco VII é utilizado pelo curso de Engenharia Mecânica e conta com 8 salas de aula, 1 área de convivência, 1 sala de automação, 1 sala de professores, 2 salas de direção de curso, 3 banheiros e 4 laboratórios.

Esse prédio sofreu reforma e ampliação para se adequar às necessidades do curso de Engenharia Mecânica.

A clínica Escola de Fisioterapia conta com 4 salas de atendimento, 1 copa, 1 banheiro, 1 sala de recepção e 1 almoxarifado.

A clínica Escola de Odontologia conta com 1 sala de arquivos, 1 sala de recepção, 4 banheiros, 2 salas de atendimento odontológico, 2 salas de raio-x, 1 sala de esterilização, 1 sala de material esterilizado, 1 sala de expurgo, 1 sala de coordenação, 1 sala de distribuição de material, 1 sala de assepsia, 1 sala de apoio a prótese, 1 copa, 1 depósito de material de limpeza.

O prédio do Centro de Negócios (*Campus II*), com área construída de 2.596,87 m², é utilizado pelos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Educação Física e está localizado à Rua São Sebastião, 05- Centro. Também funcionam ali a Clínica Escola de Nutrição e o Pibid. O prédio tem 2 salas para secretaria, 3 salas para direção das faculdades, 1 sala de audiovisual, 1 sala de professores, 17 salas de aula, 8 banheiros, 2 laboratórios, 2 salas para os Núcleos de Estágio e Atividades Complementares, 1 biblioteca, 1 auditório para 90 pessoas, 1 sala de recepção, 1 sala para café e 1 sala para o Cerve.

A UniRV faz uso de outros prédios no município de Rio Verde, onde funcionam setores específicos em imóveis alugados ou cedidos. São eles: Clínica Escola de Odontologia, Clínica Escola de Psicologia, escritório da Granja Escola (cuja infraestrutura se mantém, porém encontra-se com as atividades suspensas temporariamente), Núcleo de Prática Jurídica, Comitê de Ética em Pesquisa, Arquivo Morto, Setor de Diplomas, Setor de Licitação, Departamento Pessoal.

5. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

DENOMINAÇÃO: Técnico em Vendas

FORMA: subsequente

MODALIDADE: Ensino à Distância

OFERTA: Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – PRONATEC – FNDE – MEC

EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios

TEMPO DE INTEGRALIZAÇÃO DO CURSO: 1,2 anos (Um ano e dois meses)

TURNO DE OFERTA: a definir

QUANTIDADE DE VAGAS: 100

REGIME DE MATRÍCULA: semestral

CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO: 800 HORAS

PERIODICIDADE DA OFERTA: De acordo com o PRONATEC e as possibilidades dos recursos.

MANTIDA: Universidade de Rio Verde – UniRV.

LOCAL DE OFERTA: Universidade de Rio Verde – UniRV, Campus Rio Verde.

COORDENADOR:

6. JUSTIFICATIVA DE OFERTA DO CURSO

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Rio Verde representa a 3ª maior arrecadação de ICMS e a 4ª maior economia do Estado, com PIB Total (2016) de R\$ 8,34 bilhões, respondendo por 4,6% do PIB de Goiás. O município tem como pilar de sua economia o agronegócio, com destaque para as agroindústrias. É a maior cidade e polo da região Sudoeste de Goiás, com zona de influência em 31 municípios com população calculada em mais de 720 mil habitantes; possui renda per capita (2016) de R\$ 39.289 e salário médio de R\$ 2.329,63.

Os Setores de Comércio e Serviços são bem desenvolvidos, incluindo 2 shopping centers e diversas redes de lojas. A participação das atividades econômicas no valor adicionado bruto em 2016 ficou distribuída em 59,6% para Serviços, 23,1% para Indústria e 17,3% para Agropecuária.

De acordo com dados da RAIS (2017), 42,1% dos empregados formais estão atuando no setor de serviços, 23% na indústria, 20,7% no comércio e 11,7% na agropecuária. Rio Verde é um município do Sudoeste goiano que conta com um comércio forte e competitivo que atende não só o Município, mas todas as cidades circunvizinhas que fazem parte do sul goiano. A pesquisa feita e a consulta aos dados da Associação Comercial e Industrial de Rio Verde (ACIRV) apresenta uma relação de 19.227 empresas.

Segundo dados do CAGED (2019) em janeiro havia 11.930 empregos formais e na mesorregião, 24.767. Ainda de acordo com o CAGED, o resultado dos empregos com carteira assinada nesse ano foi negativo para o país, com mais vagas sendo fechadas do que abertas. Porém, em algumas cidades o saldo foi positivo. Ao todo, 18 municípios brasileiros tiveram, entre janeiro e abril, um saldo positivo de mais de 1000 vagas com carteiras abertas. Rio Verde ocupa 9º posição da pesquisa com 1.380 vagas ofertadas.

A oferta de vagas relacionadas a vendas, no site da CATHOS em agosto de 2020 para Rio Verde e região, era de 3015 vagas. Está previsto para setembro de 2020 a abertura de uma empresa em Rio Verde e 15 distribuídas entre outras cidades, e que irão gerar investimentos na ordem de 1,5 bilhão de reais, sendo que a maior oferta de empregos,

está na área de vendas.

A ampliação de oferta de cursos técnicos ainda é incipiente e novos desafios precisam ser superados, principalmente em relação a qualificação desses cursos. Nesse cenário, constata uma demanda espontânea em qualificar grupos de pessoas que atuam na atividade comercial e influenciam diretamente no desenvolvimento econômico e social, com impactos significativos na geração de empregos diretos e indiretos, logo o profissional em vendas, como também em áreas correlatas seja Microempresário Individual (MEI), Ambulantes, Representantes Comerciais, Comerciantes, Associados e Dirigentes de Cooperativas, Feirantes, Artesão, Agricultores Familiares e Jovens com vocação empreendedora exercem um papel estratégico e, sobretudo precisam estar largamente qualificados nesse contexto.

O curso na modalidade a distância possibilitará suprir a demanda do mercado, promovendo o acesso a um maior número de pessoas, devido à forma como está organizado. A EaD é inclusiva por permitir o acesso à cidadãos que, por diversos motivos, muitas vezes relacionado ao trabalho, ficam excluídos da educação presencial. A possibilidade de o estudante organizar tempos e espaços próprios facilitam a sua formação.

7.OBJETIVOS DO CURSO

7.1 Objetivo Geral

Formar profissionais com as habilidades e conhecimentos necessários para atuação no mundo do trabalho, dominando as competências para o exercício profissional de Técnico em Vendas, com vistas a sustentabilidade dos empreendimentos, convergindo para o desenvolvimento socioeconômico local e regional.

7.2. Objetivos Específicos

- Habilitar um profissional com perfil criativo, empreendedor, dinâmico, proativo e ético, para inserção ou aperfeiçoamento no mundo do trabalho;
- Estimular a capacidade de liderança, bem como a de empreendedorismo, sobretudo buscando a confluência das relações interpessoais entre seus colaboradores;
- Promover a formação de um profissional capaz de compreender a relação holística entre vendedor e cliente, considerando o processo de venda, pré-venda e pós - venda;
- Capacitar os profissionais que já atuam na área de vendas ou gestão de negócios objetivando a ampliação de competências e habilidades, no sentido de uma formação continuada.
- Ampliar o acesso para aos setores que se utilizam desse profissional a possibilidade de compor uma equipe com maior qualificação profissional;
- Possibilitar que o profissional de vendas adquira as habilidades para desenvolver plano de vendas inspirado nos princípios da economia solidária e valores éticos;
- Aplicar técnicas de negociação com otimização e desenvolvimento da fluência linguística, basilaradas nos planos de marketing

8. PERFIL DOS EGRESSOS

Ele deve ser capaz de atuar no comércio (inclusive eletrônico) atacadista ou varejista, em indústrias e/ou de serviços, como assalariado ou de maneira autônoma, prestando serviços como representante de vendas para empresas dos mais diversos setores. Estes conhecimentos são construídos nos componentes de Marketing de Atacado e Varejo, Canais de distribuição e Logística, Formação de preços, Estratégias de Negociação, Gestão de Pessoas e Equipes, Empreendedorismo, Projeto de Inovação no mundo do Trabalho. Esse profissional busca conhecimentos acerca dos produtos e serviços a serem comercializados, caracterizando o tipo de cliente e recolhendo informações sobre sua concorrência, o mercado em que atua e o mercado em geral, a fim de elaborar estratégias de marketing e vendas e realizar planejamento para a adoção das melhores estratégias considerando os objetivos e metas determinados. O egresso do curso técnico em Vendas trabalha na formação de preço para vendas. Ele estuda e promove as melhores técnicas de vendas que envolvam o cliente consumidor, bem como a organização física e estética dos locais de venda, sejam físicos ou virtuais, a fim de concretizar os negócios previstos para alcançar os resultados. Também realiza ações de venda em eventos e promoções, considerando sempre a construção de uma relação ética com o consumidor e com o mercado onde atua. Organiza e atua em serviços de apoio ao cliente e atendimento pós-venda para promover a fidelização do produto e/ou serviço. Construirá estes conhecimentos na inter-relação dos componentes: Marketing de Atacado e Varejo, Formação de preços, Estratégias de Negociação, Noções de e-Commerce, Comunicação Visual e Vitrinismo, Promoção, Eventos e Merchandising, Direito do Consumidor, Projeto de Inovação no mundo do Trabalho.

9. REQUISITO DE INGRESSO

Poderão ingressar no curso alunos que tenham concluído o Ensino Médio ou equivalente, independente de formação específica.

8. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação é um elemento fundamental para acompanhamento e redirecionamento do processo de desenvolvimento de aprendizagens relacionadas com a formação geral e habilitação profissional, será contínua e cumulativa. Deverá possibilitar o diagnóstico sistemático do ensino e da aprendizagem, prevalecendo os aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados obtidos ao longo do processo da aprendizagem sobre provas finais, conforme previsão na Lei de Diretrizes e Bases da Educação – LDB.

A avaliação da aprendizagem do estudante do Curso abrange o seguinte:

- I. Verificação de frequência; e
- II. avaliação do aproveitamento.

Considerar-se-á aprovado por média o estudante que tiver frequência às atividades de ensino de cada unidade curricular igual ou superior a 75% da carga horária e média final igual ou superior a 6,0 (seis).

Paralelamente ao período letivo, será propiciado ao estudante revisão e recuperação continuada das avaliações programadas que serão desenvolvidas concomitantes com o processo de ensino-aprendizagem. Será assegurada pelo professor formador, por meio do acompanhamento das atividades desenvolvidas nos encontros presenciais e via *chat* plantão tira-dúvidas com o professor do curso, bem como as desenvolvidas a distância pelo estudante considerando-se, prioritariamente, a assimilação e não apenas a nota.

9. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE

Visando garantir a permanência e o êxito escolar, aos alunos que apresentarem dificuldade de aprendizagem será disponibilizado, pelos professores, apoio pedagógico. Incentivar-se-á a montagem de grupos de estudos a fim de minimizar as dificuldades individuais encontradas no decorrer do processo de aprendizagem.

Caberá ao professor formador informar ao serviço pedagógico a relação de alunos infrequentes. Esses dados contribuirão para que a equipe promova estratégias preventivas e de reintegração dos ausentes. Vale ressaltar que durante todo o curso, os alunos serão motivados a prosseguir seus estudos por meio dos demais cursos ofertados pela Universidade.

10. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

O curso será ministrado por professores formadores aprovados em processo seletivo, que utilizarão diversas estratégias de ensino com o intuito de criar condições favoráveis para garantir o aprendizado dos alunos. Nesse processo de mediação do conhecimento, os docentes, de acordo com o perfil da turma, conteúdo programático e objetivo a ser alcançado na aula, poderão escolher ou utilizar, simultaneamente, diversos procedimentos.

11. METODOLOGIA

A metodologia está apoiada na utilização de múltiplos meios (mídias) para o alcance dos objetivos educacionais propostos. Cada mídia tem sua especificidade e pode contribuir para atingir determinados níveis de aprendizagem com maior grau de facilidade e atender à diversidade e heterogeneidade do público-alvo. A interligação de computadores em rede possibilita a formação de um ambiente virtual de ensino e aprendizagem (AVEA), permitindo a integração dos conteúdos disponíveis em outras mídias, além de permitir a interatividade, a formação de grupos de estudo, a produção colaborativa e a comunicação entre professor e estudantes e destes entre si.

Para cumprir a carga horária do curso, o estudante não precisará ir ao Polo de Apoio Presencial, a fim de participar dos encontros que serão realizados semanalmente, bem como realizar avaliações, estudos e atividades previstas no material Online e no AVEA de cada componente curricular, visando garantir o desenvolvimento das qualificações (saberes, habilidades e valores / atitudes) preconizadas pelas diretrizes curriculares do curso. Os encontros presenciais acontecerão, por meio do Google Meet, enquanto durar a pandemia do Covid-19. Durante os encontros, os professores mediadores deverão desenvolver a oralidade dos estudantes por meio de atividades práticas que promovam a interação oral entre estudante e professor, estudante-estudante, auxiliar no desenvolvimento da autonomia do estudante, bem como orientar os estudantes visando a ajudá-los a superar as dificuldades de aprendizagem dos conteúdos, inserção no curso, organização do tempo de estudo, atividades de estudo programadas etc.

O conteúdo audiovisual utilizado no curso está relacionado com o ambiente virtual, permitindo a expansão e o detalhamento dos conceitos abordados. A integração das mídias é realizada com o uso do AVEA, utilizando a plataforma Google Classroom, Google Drive e Google Meet, as quais permitirão o armazenamento, a administração e a disponibilização de conteúdos no formato web. Dentre esses, destacam-se: vídeos,

objetos de aprendizagem, fóruns, salas de bate-papo, conexões a materiais externos e atividades interativas.

Os encontros presenciais, se forem imprescindíveis nesse momento delicado de pandemia pela Covid-19, terão metodologias específicas.

As avaliações ocorrerão nos polos por meio de provas presenciais. A aplicação dessas avaliações será realizada pelos professores mediadores presenciais, agendadas previamente com os alunos, evitando-se aglomerações.

12. PAPEL DOS PROFESSORES FORMADORES

No desenvolvimento do Curso técnico em Vendas, utilizar-se-ão as formas de comunicação descritas nas estratégias pedagógicas voltadas para o compartilhamento de conhecimentos. Esses recursos de comunicação serão mecanismos de mediação entre estudantes e professores por meio da plataforma. Sendo assim, a Universidade de Rio Verde organizou um sistema de ensino e aprendizagem que consiste em uma infraestrutura de comunicação, espaços físicos e tecnológicos que servem de suporte para a interação entre estudante-estudante, estudante-professor a distância, estudante-professor formador, bem como o acompanhamento do coordenador do curso às atividades que terão que ser desenvolvidas. O objetivo dessa organização é trabalhar para que os estudantes sejam acompanhados e orientados no desenvolvimento do seu curso por profissionais preparados para motivá-los nos seus estudos, auxiliando-os no processo de aquisição de autonomia para a construção de sua própria aprendizagem.

O Coordenador de Curso deve acompanhar todo o processo desenvolvido pelo professor formador à distância e, também, acompanhar o desenvolvimento das atividades virtuais e os momentos de encontro presencial.

O professor formador a distância também é o responsável pelo planejamento e elaboração do material didático das unidades curriculares do curso que compreende o estudo a distância e o encontro presencial, de forma que também deverá orientar o aluno em suas atividades didáticas por meio de roteiro previamente elaborado. O estudante também recebe um roteiro prévio para orientá-lo a respeito dos conteúdos que devem ser estudados previamente e sobre as atividades que deverão ser realizadas. O professor formador, além do atendimento presencial, irá atender estudantes também no AVEA para o estudo dos conteúdos. Poderá usar diversas ferramentas.

Caso o estudante sinta dificuldade ou não consiga realizar alguma atividade, ele deverá entrar em contato com o professor formador ou o coordenador do curso de modo que este providencie o auxílio necessário para que consiga avançar nos estudos. Os materiais estão disponíveis para acesso, via internet, no AVEA, por meio da plataforma Google Suite, onde serão acrescentadas outras atividades e materiais propostos pelo professor formador. O AVEA cumprirá a função de canal de comunicação entre os professores mediadores e os estudantes. Nele, serão centralizadas as ações que irão apoiar o aprendizado do estudante: dúvidas, indicações de materiais complementares, adequação dos conteúdos ao contexto específico dos estudantes, atividades complementares, entre outros.

10. FREQUÊNCIA MÍNIMA OBRIGATÓRIA

Será exigida frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) do total da carga horária em cada período letivo, conforme prevê a LDB, para que o aluno seja considerado aprovado.

Somente serão justificadas as faltas pelas seguintes condições:

- a) problemas de saúde, através de atestado médico;

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

- b) obrigações com o serviço militar, devidamente comprovado;
- c) falecimento de parente, com atestado de óbito; e
- d) convocação pelo poder judiciário ou justiça;

O aluno que não justificar suas faltas e ultrapassar o limite de 25% (vinte e cinco por cento) de faltas, será considerado reprovado.

O controle de frequência é de responsabilidade do professor de cada disciplina e deve ser diariamente registrado e atualizado bimestralmente no SISTEC.

A aluna gestante, com base na Lei n. 6.202 de 17/04/1975, a partir do 8º mês ficará assistida pelo regime de exercícios domiciliares, conforme determinações do decreto-lei n. 1.044 de 21 de outubro de 1969. Caso haja necessidade de antecipação ou prorrogação da licença, basear-se-á em atestado médico.

11. PRÁTICA PROFISSIONAL INTEGRADA (PPI)

Quando houver a necessidade, a disciplina PPI tem por objetivo aprofundar a compreensão do aluno sobre as áreas de atuação do curso, buscando interligar a formação dos estudantes com o mundo do trabalho.

12. ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO NÃO OBRIGATÓRIO

O Estágio curricular não obrigatório será opcional do aluno, e caso ele queira fazer, será juntado à carga horária mínima do curso.

13. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação vem assumindo importância crescente em todas as aprendizagens e, ao mesmo tempo, apresenta-se como um desafio ao tentar romper modelos tradicionais tecnicistas que utilizam a avaliação, única e exclusivamente, para obter medição, em termos de rendimento.

A tendência é a de que a avaliação amplie seus domínios para além do seu âmbito tradicional, ou seja, da avaliação da aprendizagem, estendendo-se agora de modo cada vez mais consciente, sistemático e fundamentado cientificamente, às políticas educacionais, às reformas e inovações do sistema educacional, dos projetos pedagógicos, dos currículos e dos programas.

O desafio que a avaliação representa para o docente é de que, apesar de ser vista como um comportamento comum aos seres humanos, porque estes estão constantemente se avaliando, não é tão óbvio quanto aparenta.

O conceito de avaliação recebe conotações particulares, de acordo com o seu contexto, mas em sua essência, avaliar é julgar algo ou alguém quanto a seu valor. A avaliação é, sem dúvida, um julgamento, valoração, no sentido em que ela não tem significado fora da relação com um fim, e de um contexto em que o avaliador se pronuncia sobre o objeto avaliado quanto ao seu sucesso ou fracasso.

Muitos educadores esperam dela milagres, esquecendo seu verdadeiro sentido, buscando apenas precisão, fidedignidade e refinamento. Este é o resultado de uma visão tradicional de avaliação, presa aos aspectos de medição, apoiada pela estrutura do sistema educacional, com seus currículos sequencializados, em que ela serve de procedimento para determinar o progresso dos alunos, promovendo-os ou não às sucessivas etapas da escolarização.

Nesta perspectiva, a avaliação é entendida como um instrumento neutro, que

pressupõe modelos de aprendizagem apoiados em princípios em que o avaliador supõe serem de caráter universal e, portanto, emprega-os indiscriminadamente, reproduzindo as desigualdades dos estudantes, que junto a um procedimento uniforme de ação pedagógica, praticam formas de avaliação, também, uniformes, desconsiderando as diferenças bio-psico-sócio-culturais dos alunos, que resultam no privilegiar daqueles que se aproximam dos valores do avaliador, segundo sua posição ideológica, estabelecido como padrão ideal de desempenho.

Atualmente a avaliação é entendida como uma ação eminentemente social, porque não é uma atividade de um sujeito isolado e nem mera atividade técnica, mas um produto social de certo tipo de sociedade e de uma época, na qual o avaliador deve situar suas atividades dentro de um contexto mais amplo, tornando claras as relações entre ideologia e prática educacional e, principalmente, condições de vida material, concreta e práticas educacionais, num contexto social, econômico, psicológico e político, que não podem ser pensados analiticamente, separados, autônomos entre si.

A metodologia de ensino parte das aulas seletivas para as ações mais avançadas, privilegiando as atividades que conduzem o educando à crítica e à reflexão. Com apoio em moderna tecnologia educacional, serão desenvolvidos seminários, painéis, simpósios, estudo de casos, júris simulados e práticas ligadas às disciplinas profissionalizantes.

Aos professores será dada a tarefa de identificar e aplicar a metodologia adequada em cada etapa do cumprimento dos conteúdos programáticos, entretanto, o processo de Avaliação do Ensino Aprendizagem, contemplado no Plano de Ensino, preleciona que deverá haver pelo menos duas avaliações escritas por disciplina, ficando a cargo do professor estipular outras formas de avaliação, tais como, projetos, seminários, pesquisas bibliográficas, apresentação de relatórios, que julgar conveniente e acordadas com os discentes. A aprovação por média no semestre exige uma média

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

mínima de 6,0 (seis) e frequência não inferior a 75%.

Com efeito, a grande preocupação está presente na particularidade do processo de avaliação e, sem sombra de dúvidas, na integração ao processo de aprendizagem como um elemento de incentivo e motivação para a aprendizagem identificadora dos resultados obtidos.

Para tanto, haverá o acompanhamento diretamente com o aprendiz em todos os momentos de seu processo, fazendo com que o aluno perceba o interesse do professor pela sua aprendizagem e não apenas por melhorar sua nota ou conceito.

14. AUTOAVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

A Avaliação Institucional nos cursos técnicos será realizada por instrumento próprio a ser aplicado pela Comissão Própria de Avaliação Institucional.

15. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS PARA APROVEITAMENTO DE ESTUDOS ANTERIORES

O aproveitamento de estudos anteriores compreende o processo de aproveitamento de componentes curriculares cursados com êxito em outro curso do mesmo nível.

Deverá ser solicitado pelo estudante e analisado pelo coordenador do curso.

16. EXPEDIÇÃO DE DIPLOMAS E CERTIFICADOS

Será emitido pela Universidade de Rio Verde.

17. MATERIAL DIDÁTICO

Será construído pela própria instituição ou professor formador ou quando o curso for desenvolvido em parceria com outra instituição, poderá ser utilizado, material construído por ela. Poderá, também, serem utilizados, materiais produzidos para a rede E-tec Brasil, em especial, os conteúdos gerais dos eixos tecnológicos ou outros programas como PróJovem Urbano e PróJovem Campo/Saberes da Terra, etc., O Material disponibilizado será postado no ambiente virtual, ficando a disposição do aluno para *download* ou impressão.

18. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

A organização curricular observa as determinações legais presentes no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos do Ministério da Educação, documento referência para a concomitância no PRONATEC, bem como as diretrizes definidas no Projeto Pedagógico do Curso.

A organização da matriz curricular se dá por disciplinas, em regime seriado semestral, com carga horária total de 800 horas. O currículo proporcionará as competências previstas no perfil do profissional e o desenvolvimento de valores éticos, morais, sociais, culturais e políticos. As práticas pedagógicas serão voltadas para a solução de problemas, uso de laboratórios e visitas técnicas.

Este plano de curso está vinculado à proposta pedagógica da Instituição.

Módulo I	
Disciplina	Carga Horária
Ambientação	20
Comunicação e Linguagem	40

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Fundamentos de Marketing	40
Administração de vendas	40
Comportamento do Consumidor I	60
Direito do Consumidor	30
Informática Aplicada	40
Promoção, Eventos e Merchandising	40
Noções de E- Commerce	30
Atendimento ao cliente	60
Carga Horária-Subtotal	400

Módulo II	
Disciplina	Carga Horária
Matemática Financeira	40
Gestão de Pessoas e Equipes	60
Comportamento do Consumidor II	60
Empreendedorismo	60
Canais de distribuição e logística	40
Formação de preços	40
Estratégias de Negociação	60
Comunicação visual e vitrinismo	40

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Carga Horária-Subtotal	400
Carga horária Total	800

19. EMENTÁRIO

Ambientação - 20 horas

Ementa:

A instituição UNIRV. Ambiente Virtual de Ensino- Aprendizagem. Tecnologias para EaD: ferramentas de produção e socialização de conhecimento (ambiente de aprendizagem e seus canais de interação – fórum e chat, ambientes de construção colaborativa). Conceitos fundamentais da Educação a Distância. Métodos de ensino: presencial e a distância. A convergência entre educação virtual e presencial. Metodologias de estudo baseadas nos princípios de autonomia, interação e cooperação. Reconhecimento dos sujeitos envolvidos no processo de ensino- aprendizagem.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CÔRREA, J. **Educação a distância: orientações metodológicas**. Porto Alegre: ARTMED, 2007.

LITWIN, E. (org.). **Tecnologia educacional: política, histórias e propostas**. Porto Alegre: ARTMED, 1997.

FREITAS, Leninne Guimarães, CASTRO, Vinícius Alexandre de. **TUTORIAL PACOTE GSUITE FOR EDUCATION - UniRV**, Rio Verde, 2020

Comunicação e Linguagem - 40 horas

Ementa:

Elementos do processo comunicativo e do processo interlocutório. Estudo da linguagem verbal e não-verbal. Particularidades da linguagem falada e da linguagem escrita. A Língua e suas variedades linguísticas. A estruturada língua: tipos de gramáticas e abordagens. Funções da linguagem. O texto e os elementos que o compõe: frase, oração, período, paragrafação e pontuação. Articuladores textuais: as relações e produção de sentido. O texto, o contexto e a textualidade. Coesão e coerência textual. Análise e interpretação do texto. Elementos da compreensão textual. Linguagens e Tecnologias. Multiletramentos e novos letramentos sociais no mundo do trabalho.

Bibliografia Básica:

GUIMARÃES, T.C. **Comunicação e Linguagem**. São Paulo: Pearson, 2012.

NEVES. M. H. de M. **Gramática na Escola**. 8. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2010.

PERINI, M. A. **Gramática do português brasileiro**. São Paulo: Parábola, 2010.

PIMENTEL, E. **Intelecção e interpretação de textos**. 24. ed. Brasília: Vestcon, 2009.

SOLÉ, I. **Estratégias de leitura**. 6.ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

Fundamentos de Marketing - 40 horas

Ementa:

Fundamentos de marketing. Pesquisa mercadológica. Marketing de serviços/produtos. Plano de marketing. Segmentação e posicionamento de produtos e serviços. Concepções de Inteligência Competitiva/Inteligência de Mercado. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional

Bibliografia Básica:

AMBROSIO, V. **Planos de Marketing: passo a passo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. Editora Campus, 2008.

KOTLER, P. **Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

REICHELT, V. **Fundamentos de Marketing**. Curitiba: InterSaberes, 2013

SAMPAIO, R.; MAGALHAES, M. F. **Planejamento de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall Brasil, 2007.

Administração de Vendas - 40 horas

Ementa:

Marketing e vendas. Organização de vendas. Determinação de quotas e potencial de vendas. Planejamento de vendas. Gestão da carteira de clientes. Vendas e distribuição. Controle de vendas. Concepções de vendas consultivas. *Customer Relationship*

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Management. Responsabilidade do vendedor no pós-venda. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Bibliografia Básica:

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. Editora Campus, 2008.

HILLMANN, R. **Administração de Vendas: varejo e serviços**. Curitiba: InterSaberes, 2013.

_____. **Administração de Vendas**. São Paulo: Atlas, 2005.

LAS CASAS; A. L. **Administração de Vendas**. São Paulo: Atlas, 2005.

NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. **Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2005.

Comportamento do Consumidor I - 60 horas

Ementa:

Mercados Consumidores e comportamento do consumidor. Fatores influenciadores: culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Fatores racionais e emocionais decisórios para compra de produtos e serviços. Observação do Cliente. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional relacionadas com o comportamento do consumidor.

Bibliografia Básica:

HAWKINS, D.I., MOTHERSBAUGH, D.L.; BEST, R. J. **Comportamento do consumidor**. Tradução da 10. ed.. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2004.

MITTAL, B.; NEWMAN, B. I.; SHETH, J. N. **Comportamento do consumidor: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

SCHIFFMAN, L. G., KANUK, L. **Comportamento do consumidor**. 9. ed.. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SOLOMON, M.I R. **O comportamento do consumidor**. Bookmann, 2008

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

Promoção, Eventos e Merchandising - 40 horas

Ementa:

Comunicação mercadológica. Relacionamento da organização com seus públicos de interesse (stakeholders). Meios de Comunicação. Promoção e Propaganda: estratégias de comunicação publicitária. Fatores legais e éticos ligados à comunicação. Realização e avaliação de eventos promocionais. Noções de Merchandising Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Bibliografia Básica:

BLESSA, R. **Merchandising no ponto de venda**. São Paulo: Atlas, 2009.

DIAS, S. R. (Coord.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2006.

PINHEIRO, E. P.; GULLO, J. A. **Comunicação integrada de marketing**. São Paulo: Atlas, 2009.

SACKRIDER, F. **Entre vitrinas: distribuição e visual merchandising na moda**. São Paulo: SENAC, 2009.

SILVA, A. C. **Branding e design: identidade no varejo**. Rio de Janeiro: Books, 2000

BLESSA, R. **Merchandising no ponto de venda**. São Paulo: Atlas, 2009.

VENONE, L. C.; BUAIRIDE, A. M. R. **Marketing da Promoção e Merchandising**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

Direito do Consumidor - 40 horas

Ementa:

Direito do consumidor à informação. Aplicabilidade das previsões do código de defesa do consumidor ao profissional de vendas. Princípios fundamentais das relações de consumo. A relação de consumo: consumidor, fornecedor, produto e serviço. Direitos básicos do consumidor. Responsabilidades civil e penal do fornecedor nas relações de consumo. Práticas comerciais. Oferta. Publicidade. Práticas Abusivas. Aspectos fundamentais da proteção contratual. Contratos de adesão. Cláusulas abusivas. Sanções administrativas. Defesa do consumidor em juízo - aspectos individuais e coletivos. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Bibliografia Básica:

ALMEIDA, J. B. **Manual de direito do consumidor**.2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

BITTAR, C. A. **Direitos do consumidor:código de defesa do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Forense Universitária, 2003.

CAVALIERI FILHO, S. **Programa de direito do consumidor**.2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FILOMENO, J. G. B. **Manual de direitos do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008.

NUNES, R. **Curso de direito do consumidor**.5. ed. São Paulo: Saraiva, 2010

Informática Aplicada - 40 horas

Ementa:

Modelos de pesquisas de mercado para obter dados e construir uma base de informações sobre ele. Levantamento de informações para construção de sistemas de informação. Técnicas de tratamento e interpretação de informações. Utilização de planilhas eletrônicas. Utilização de editores de texto. Utilização de editores de apresentações. Utilização de ferramentas digitais de design gráfico para elaboração de material informativo e de divulgação. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional

Bibliografia Básica:

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

BIZELLI, M. H. S. S.; BARROZO, S. **Informática Passo a Passo: para terceira idade e iniciantes**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2011

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informações gerenciais**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

O'BRIEN, J. A. **Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da Internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

SIMONETTO, E. O.; PRIESNITZ FILHO, W. **Informática aplicada**. Santa Maria : UFSM, CTISM, Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil, 2012.

TURBAN, E.; MCLEAN, E. R.; WETHERBE, J. C. **Tecnologia da informação para gestão**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Noções de E- Commerce - 30 horas

Ementa:

Economia digital. e-Commerce. Consumidores, mercado e propaganda no comércio eletrônico. Comércio eletrônico business to business; business-to-consumer; consumer to consumer. Plataformas e sistemas para comércio eletrônico. Vendas por chat. Infraestrutura para o comércio eletrônico. Estratégia e implementação. A Internet como uma ferramenta do marketing. Design e usabilidade na Web. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Bibliografia Básica:

ALBERTIN, A. L. **Comércio Eletrônico**. São Paulo: Atlas, 2004.

KALAKOTA, R.; ROBINSON, M. **E-business: estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

LIMEIRA, T. M. V. **E-marketing: o Marketing na Internet com Casos Brasileiros**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

MOREIRA, J.C. (Org.) **Marketing business to business: como competir em mercados organizacionais**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

VASCONCELLOS, E. **E-commerce nas empresas brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2005.

Atendimento ao cliente - 60 horas

Ementa

A evolução histórica do Marketing. O cliente. Conhecendo os clientes. Cliente Interno. Cliente Externo. Marketing Pessoal. Qualidade Pessoal. Autoconhecimento. Comunicação. Flexibilidade e Atitude. Relações Interpessoais. Fidelização do Cliente. Consumidor x Clientes. Teorias sobre o comportamento do consumidor. Fidelização e retenção de clientes (front office)

Bibliografia básica

IRIGARAY; VIANNA; NASSER; LIMA. **Gestão e Desenvolvimento de Produtos e Marcas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006

NACFUR, A. LIGOCKI, M. **Cliente Interno versus Cliente Externo**. Brasília, 2003.
Disponível em: <http://www.abonacional.org.br>.

OLIVEIRA, S.L. **Desmitificando Marketing**. Editora Novatec, 2007.

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

PARREIRAS, F. **Marketing Pessoal: Você é um produto.** Disponível em:
www.mundodomarketing.com.br

CORRÊA, L.H; CAON, M. **Gestão de serviços: lucratividade por meio de operação e satisfação de clientes.** São Paulo: Atlas, 2002.

DANTAS, E. B. **Gestão da informação sobre a satisfação de consumidores e clientes.** São Paulo: Atlas, 2014.

Matemática Financeira - 40 horas

Ementa

Operações matemáticas básicas. Porcentagem para cálculo de taxas de juros e descontos. Regra de três. Juros simples. Juros Capitalizados. Inflação e correção monetária. Séries uniformes (parcelas de financiamento de valor fixo -progressão geométrica). Séries não homogêneas (parcelas de financiamento de valor variável). Utilização de calculadoras financeiras. Conhecimento e utilização de índices de correção. Fluxo de caixa.

Bibliografia Básica:

BARBOSA, M. A; MEDEIROS, R. J.J. **Matemática Financeira.** Curitiba: IFPR, 2015.

CASTANHEIRA, N.P.; MACEDO, L. R. D. **Matemática Financeira.** Curitiba: InterSaberes, 2012.

GUIMENES, C.M. **Matemática Financeira.** 2ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2009.

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

LEITE, A.E. ; CASTANHEIRA, N.P. **Equações e regras de três**. Curitiba: InterSaberes, 2012.

SAMANEZ, C. P. **Matemática Financeira**. 5ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2010.

Gestão de Pessoas e Equipe - 60 horas

Ementa:

Formação e desenvolvimento de equipes: concepções, importância, liderança, desempenho e trabalho em equipes. Competências e habilidades para gerir pessoas. Comunicação e relacionamento interpessoal. Relações de Trabalho e Legislação Trabalhista. Qualidade de vida no trabalho. Segurança do Trabalho. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Bibliografia Básica:

CHIAVENATO, I. **Desempenho humano nas empresas: como desenhar cargos e avaliar o desempenho para alcançar resultados**. 7ª ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2016.

KANAANE, R. **Comportamento Humano nas Organizações: o homem rumo ao século XXI**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

KNAPIK, J. **Gestão de pessoas e talentos**. Curitiba: InterSaberes, 2012.

MARRAS, J. P. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**.

13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

WAGNER III, J. A.; HOLLENBECK J. R. **Comportamento Organizacional. Criando Vantagem Competitiva**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

Comportamento do Consumidor II - 60 horas

Ementa:

Estratégias e alternativas de venda para diferentes perfis de consumidores. Neuromarketing. Comportamento do consumidor na pós-compra. Observação de novas tendências do mercado. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Bibliografia Básica:

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2004.

LIMEIRA, T. M. V. **Comportamento do Consumidor Brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2007.

MITTAL B; NEWMAN, B. I.; SHETH J. N. **Comportamento do consumidor: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.

SCHIFFMAN L. G.; KANUK L. **Comportamento do Consumidor**. 9. ed.. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SOLOMON, M. R. **O comportamento do consumidor**. Bookmann, 2008.

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

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

Empreendedorismo - 60 horas

Ementa:

Fundamentos do empreendedorismo. Perfil empreendedor. Criatividade e Inovação. Empreendedorismo social. Arranjos produtivos locais. Empreendedorismo Ambiental. Noções de plano de negócios. Linhas de Financiamento para Microcrédito. Uso consciente do crédito. Formalização de negócios. Prospeção de oportunidades. Gestão Ambiental. Cooperativismo. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional

Bibliografia Básica:

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 7ª ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

MANFRÉ, P. T. C. F. **Empreendedorismo**. Curitiba: IFPR, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. **Empreendedorismo: bibliografia universitária** Pearson. São Paulo: Person Prentice Hall, 2012.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Canais de Distribuição e Logística - 40 horas

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Ementa:

Histórico da evolução logística. Sistema logístico e cadeia de abastecimento. Fluxos logísticos. Logística Reversa. Logística Integrada e suas atividades de apoio à venda. Princípios de compras, produção, armazenagem e distribuição. Canais de distribuição: conceito, estratégias e estruturas. Papel e importância dos elementos participantes dos canais. Sistemas de Informações para Controle de transporte e armazenamento de mercadorias. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional

Bibliografia Básica:

ARBACHE, F. S. Et al. **Gestão de logística, distribuição e trade marketing**. 3. ed. São Paulo: FGV, 2008.

BERTAGLIA, P. R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva. 2009.

MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

PONTES, H. L. J; ALBERTIN, M. R. A. **Logística e distribuição física**. Curitiba: InterSaberes, 2017.

TELLES, R.; STREHLAU, V. I. **Canais de marketing e distribuição: conceitos, estratégias, gestão e modelos de decisão**. São Paulo: Saraiva, 2006.

Formação de Preço - 40 horas

Ementa:

Conceitos, classificações e nomenclaturas de custos. Métodos de formação de preço (Margem de contribuição, Markup, Rateio de custo, Pesquisa de Preços, Fórmula baseada no lucro, Custo direto e Custo indireto). Custos de mão de obra. Noções de custo, volume e lucro. Diferença entre custos e despesas. Efeitos dos salários, tributos, provisões, encargos sociais e benefícios sobre custos e preços. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Bibliografia Básica:

COSTA, R. G.; PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, L. M. **Gestão estratégica de custos**. São Paulo: Atlas, 2000.

FAMA, R.; BRUNI, A. L. **Gestão de custos e formação de preços**. São Paulo: Atlas, 2002.

MEGLIORINI, E. **Custos: análise e gestão**. 3ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2011.

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

SANTOS, L. F. B. **Gestão de custos: ferramentas para a tomada de decisões**. Curitiba: InterSaberes, 2013.

WESTARB, J. A. et al. **Formação de preços: mercado e estrutura de custos**. Curitiba: InterSaberes, 2012.

Estratégias de Negociação - 60 horas

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

Ementa:

Introdução ao estudo de negociações. Negociação como método de resolução de conflitos. A compreensão do conflito. A estrutura da negociação. Barreiras à negociação. Seleção de estratégias, implicações práticas. Desenvolvimento de uma estratégia de negociação. Técnicas de vendas: prospecção, preparação, planejamento, abordagem ao cliente, fechamento, objeções e confirmação. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Bibliografia Básica

MELLO, J. C. M. F. **Negociação Baseada em Estratégia**. São Paulo: Atlas, 2005.

DALLEDONNE, J. **Negociação**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

ERTEL, D.; GORDON, M. **Negociação**. São Paulo: Makron Books, 2009.

LAS CASAS, A. L. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas, 2007

DEDINI, T. M. **Marketing, Vendas e Técnicas de Negociação**. Curitiba: IFPR, 2016.

DUZERT, Y.; LEMPEREUR, A. P.; COLSON, A. **Método de negociação**. São Paulo: Atlas, 2009.

Comunicação visual e vitrinismo - 40 horas

Ementa:

Princípios fundamentais da comunicação visual do produto. Técnicas de Merchandising Visual e Vitrinismo: objetivos, funções, conceitos. Elementos complementares: iluminação e cromia. Métodos e técnicas de exposição. Programação visual de lojas.

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

“Displayagem”: objetivos, funções, conceitos, técnicas para exposição de produtos, materiais, equipamentos. Produção para vitrine: procedimentos básicos, aspectos legais (etiquetagem de preços) e comerciais, free-lancing. Ambiência e Clima da vitrine. Projeto e Montagem. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

Bibliografia Básica:

ALVES, N. G. **Curso Máster de Vitrinismo**. Manaus. 1º Ed. Editora Suframa, 2012.

(Apostila do Curso de Vitrinismo da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Manaus)

Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/86500917/ApostilaMaster-Vitrinismo>

DEMETRESCO, S. **Vitrina: construção de encenações**. 3ª. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007. 264 p.

_____. **Vitrina: teu nome é sedução**. São Paulo: Ed. 1990.

LIMA, Tania. **Marketing – o glamour dos negócios da moda**. S.Paulo: IMMKT, 2008.

SILVA, U. F. F. **O marketing atuando na vitrine: visual merchandising**. Rio de Janeiro. Universidade Candido Mendes, 2010

CHAK, A. **Como criar sites persuasivos: clique aqui**. São Paulo: Person Education do Brasil, 2004.

GUSMÃO, L. **Vitrinismo - Saiba O Que É Vitrinismo - Técnicas De Vendas**. Publicado em: 03/08/2009. Disponível em: <http://www.artigonal.com/marketing->

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

publicidade-artigos/vitrinismo-saiba-o-que-e-vitrinismo-tecnicas-de-vendas-1094352.html.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento da Proposta Pedagógica serão adotadas estratégias diversificadas, que possibilitem a participação ativa dos alunos para que desenvolvam as habilidades, competências e valores inerentes à área de atuação e que focalizem o contexto do trabalho, estimulando o raciocínio para solução de problemas e a construção do conhecimento necessário às atividades relacionadas com seu campo de trabalho e com os objetivos do curso.

Tais estratégias devem incentivar a flexibilidade de comportamento e de auto desenvolvimento do aluno no que diz respeito às diversidades e às novas técnicas e tecnologias adotadas em situações reais de trabalho, com avaliação contínua e sistemática, voltada para a aprendizagem com autonomia.

Os procedimentos didático-pedagógicos devem auxiliar os alunos nas suas construções intelectuais, procedimentos e atitudes. Para tanto, propõe-se para os docentes:

- Elaborar e executar o planejamento, registro e análise das aulas realizadas, sejam presenciais ou à distância, ministrando-as de forma interativa por meio do desenvolvimento de projetos, atividades laboratoriais, seminários, atividades individuais e atividades em grupo, com acompanhamento de ferramentas virtuais como a criação de grupos para debate e discussão das atividades mediadas pelo docente;
- Problematicar o conhecimento, sem se esquecer de considerar os diferentes ritmos de aprendizagens e a subjetividade do aluno, incentivando-o a buscar a confirmação do que estuda em diferentes fontes;

Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde

- Entender a totalidade como uma síntese das múltiplas relações que o homem estabelece na sociedade, articulando e integrando os conhecimentos de diferentes áreas;
- Elaborar materiais digitais a serem trabalhados em aulas expositivas e à distância e atividades em grupo;
- Elaborar estratégias pedagógicas que contemplem as especificidades dos estudantes com necessidades educacionais especiais.
- Utilizar recursos tecnológicos para subsidiar as atividades pedagógicas.

O Cursista: Sujeito Ativo do processo Ensino-Aprendizagem

O cursista é o responsável maior pela sua aprendizagem. O estudante deverá ser acimade tudo organizado, disciplinado e motivado, pois ele receberá os conteúdos didáticos das disciplinas disponibilizados via internet, em ambiente virtual de aprendizagem; preparados para um estudo individualizado. Portanto, é necessário que o aluno cursista desenvolva e/ou aprimore habilidades que o leve a aprender a aprender, com responsabilidade e autonomia e que tenha ou adquira familiaridade com o uso de meios tecnológicos. É necessário que ele desenvolva e aprimore a capacidade de trabalhar em grupo, porque haverá momentos de estudos de grupos, com trocas de experiências online ou em momentos presenciais. Cabe a ele participar efetivamente dos momentos presenciais intensivos quando houver, e cumprir todas as atividades referentes as disciplinas do curso.



Ministério da Educação
Programa Nacional de Desenvolvimento da Educação
Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego
FESURV – Universidade de Rio Verde