



UNIVERSIDADE DE RIO VERDE



PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO FIC – VENDEDOR
MODALIDADE: EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA
CÓDIGO: 221051

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
CAMPUS RIO VERDE

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA
DE TRABALHADORES – FIC

RIO VERDE – GO, ABRIL DE 2020.



UNIVERSIDADE DE RIO VERDE



EIXO TECNOLÓGICO: GESTÃO E NEGÓCIOS

CURSO: VENDEDOR

MODALIDADE: EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA

PROJETO APROVADO PELO CONSUNI – CONSELHO UNIVERSITÁRIO

RESOLUÇÃO Nº.

RIO VERDE – GO, ABRIL DE 2020.

Sebastião Lázaro Pereira

Reitor

Leonardo Veloso do Prado

Vice-Reitor

Helemi Oliveira Guimarães de Freitas

Pró-Reitora de Graduação

Gustavo André Simon

Pró-Reitor de Pós-Graduação

Vanessa Renata Molinero de Paula

Pró-Reitor de Extensão e Cultura

Nagib Yassin

Pró-Reitor de Assuntos Estudantis

Eduardo Lima do Carmo

Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação

Alberto Barella Netto

Pró-Reitor de Administração e Planejamento

Viviane Aprígio Prado e Silva

Procuradora Geral

Maria Flavina das Graças Costa

Coordenadora Geral do Pronatec

Comissão de Elaboração

Maria Flavina das Graças Costa

Ana Paula de Sousa Prado

Coordenação Pedagógica

Coordenador(a): Ana Paula de Sousa Prado

E-mail: anapradorv@hotmail.com

Telefone: (64) 9813-7733

Sumário

1. CARACTERÍSTICAS DO CURSO.....	6
1.1 Identificação	6
2. DADOS GERAIS DO CURSO.....	6
3. APRESENTAÇÃO.....	7
4. JUSTIFICATIVA	8
5. OBJETIVOS DO CURSO.....	8
5.1 Objetivo geral:	8
5.2 Objetivos específicos:.....	8
6. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO	9
7. PÚBLICO-ALVO.....	9
8. DIFERENCIAIS DO CURSO.....	10
9. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO	10
10. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM	11
11. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE	11
12. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO	12
13. MATERIAL DIDÁTICO-PEDAGÓGICO.....	12
14. PAPEL DOS PROFESSORES MEDIADORES.....	13
15. MATRIZ CURRICULAR	14
16. EMENTÁRIO.....	15
17. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO	20
18. INFRAESTRUTURA.....	20
19. REFERÊNCIAS	21

1. CARACTERÍSTICAS DO CURSO

1.1 Identificação

DADOS DA INSTITUIÇÃO
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) 3611-2200 – SITE: www.unirv.edu.br

REITOR: Sebastião Lázaro Pereira
Campus ou unidade de ensino que dirige: Universidade de Rio Verde – Campus Rio Verde (SEDE)
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: Rio Verde
Cargo/função: Coordenadora Geral do PRONATEC
CPF: 279.172.821-04
Endereço: Rua 30, nº. 214, Vila Baylão, Rio Verde, Goiás
Telefone: (64) 3623-6302 – e-mail: flavina@unirv.edu.br

2. DADOS GERAIS DO CURSO

Título: Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) – Vendedor

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

Modalidade: EaD

Carga Horária: 160 horas

Escolaridade Mínima: Ensino Fundamental II (6º ao 9º) – Completo

Idade Mínima: outros pré-requisitos

Classificação: Formação Inicial e Continuada

Número de vagas: 30

Frequência da oferta: de acordo com o demandante

Periodicidade das aulas: 2 vezes por semana

Número de turmas: 01

Turno: diurno / noturno

Período para realização: junho a novembro 2020

Local: Rio Verde

Dias: terças e sextas-feiras

Horários: 07h às 23h

3. APRESENTAÇÃO

O presente documento constitui o projeto pedagógico do Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) de Vendedor, na modalidade EaD – Educação à Distância. Este projeto pedagógico de curso visa contextualizar e definir diretrizes pedagógicas para o respectivo curso no âmbito da Universidade de Rio Verde.

Com o objetivo de qualificação para o trabalho alçando assim, melhoria da qualidade de vida da comunidade, proporcionando vivências, habilidades e conhecimentos por meios estratégicos de formação para a autonomia e o exercício crítico da cidadania e da profissionalização.

Baseada nos fundamentos educacionais equânimes e nas bases legais da educação profissional e tecnológica brasileira, explicitadas na LDB nº. 9.394/96 e atualizada pela Lei nº. 11.741/08, e demais resoluções que normatizam a Educação Profissional brasileira, mais especificamente a que se refere à formação inicial e continuada ou qualificação profissional, formulamos essa proposta curricular.

Com o curso de Formação Inicial e Continuada de Vendedor, na modalidade EaD, aspiramos “uma formação que permita a mudança de perspectiva de vida por parte do educando; a compreensão das relações que de estabelecem no mundo do qual ele faz parte; a ampliação de sua leitura de mundo e a participação efetiva nos processos sociais” (BRASIL, 2009, p. 5). Dessa forma, almeja-se propiciar uma formação humana e integral em que o objetivo

profissionalizante não tenha uma finalidade em si, nem seja orientado pelos interesses do mercado de trabalho, mas se constitui em uma possibilidade para a construção dos projetos de vida dos estudantes (FRIGOTTO, CIAVATTA e RAMOS, 2005).

Este documento apresenta, portanto, os pressupostos teóricos, metodológicos e didáticos pedagógicos estruturantes da proposta do curso em consonância com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI). Em todos os elementos estarão explicitados princípios, categorias e conceitos que materializarão o processo de ensino e de aprendizagem destinados a todos os envolvidos nesta práxis pedagógica.

4. JUSTIFICATIVA

A Formação Inicial e Continuada ou Qualificação Profissional é concebida, em seu aspecto global, como uma oferta educativa específica da Educação Profissional e Tecnológica – que favorece a qualificação, a requalificação e o desenvolvimento profissional de trabalhadores nos mais variados níveis de escolaridade e de formação. Suas ações pedagógicas, de natureza teórico-prática, com vistas à aquisição de conhecimentos científicos, técnicos, tecnológicos e ético-políticos, propícios ao desenvolvimento integral do sujeito.

Portanto, a oferta de cursos de vendedor em EaD, representa a possibilidade de inclusão social, capacitação e formação de recursos humanos, para aqueles que não tiveram oportunidade de se qualificar, buscando melhorar a capacidade técnica das pessoas interessadas nessa área de conhecimento em busca de novas oportunidades no mercado de trabalho.

5. OBJETIVOS DO CURSO

5.1 Objetivo geral:

O curso de Vendedor tem como objetivo formar pessoas capazes para atuar nos diferentes segmentos da área de vendas e desenvolver habilidades específicas para a execução das diversas atividades inerentes à função de vendedor de produtos e/ou serviços.

5.2 Objetivos específicos:

- Comercializar mercadoria no atacado ou varejo, apresentando o funcionamento

e a importância do produto aos clientes;

- conhecer as principais ferramentas e formas de promoção de vendas;
- conhecer o produto, apresentando suas qualidades e vantagens;
- trocar mercadorias, fazer relatório de vendas e promoções;
- desenvolver e aplicar técnicas de vendas, organizar seu tempo, ser cortês e

acreditar em seu trabalho;

- desenvolver o espírito de liderança capaz de influenciar pessoas para o alcance dos objetivos organizacionais;e

- orientar e visitar clientes na pós-venda e acompanhar a entrega dos produtos e garantir a satisfação do cliente.

6. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

Profissional apto para a venda de mercadoria, seja no atacado ou varejo, apresentando o funcionamento e a importância do produto aos clientes apresentando suas qualidades e vantagens. Este profissional tem um olhar diferenciado para a apresentação das informações referentes aos produtos, como os locais de vendas e etiquetas, deixando os produtos mais atrativos. Trocar de mercadorias, emitir relatórios de vendas e promoções, inventário de produtos com a finalidade de reposição, atividades deste profissional. É imprescindível que desenvolva e aplique técnicas de vendas, organize seu tempo, seja cortês e acredite em seu trabalho e busque soluções à problemas identificados. Pode também orientar e visitar clientes na pós-venda e acompanhar a entrega dos produtos.

7. PÚBLICO-ALVO

O curso de Vendedor, na modalidade EaD, é destinado a estudantes trabalhadores que tenham Ensino Fundamental II (6º a 9º ano) – completo.

Respeitada a escolaridade mínima, o curso atenderá prioritariamente:

- I. estudantes do ensino médio da rede pública, inclusive da educação de jovens e adultos;
- II. trabalhadores, inclusive agricultores familiares, silvicultores, aquicultores, extrativistas e pescadores;
- III. beneficiários titulares e dependentes dos programas federais de transferência de renda

entre outros que atenderem a critérios especificados no âmbito do Plano Brasil sem Miséria;

IV. pessoas com deficiência;

V. povos indígenas, comunidades quilombolas e outras comunidades tradicionais;

VI. adolescentes e jovens em cumprimento de medidas socioeducativas;

VII. públicos prioritários dos programas do governo federal que se associem à Bolsa-Formação; e

VIII. estudantes que tenham cursado o ensino médio completo em escola da rede pública ou em instituições privadas na condição de bolsista integral.

Observações:

a) Consideram-se trabalhadores os empregados, trabalhadores domésticos, trabalhadores não remunerados, trabalhadores por conta própria, trabalhadores na construção para o próprio uso ou para o próprio consumo, de acordo com classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), independentemente de exercerem ou não ocupação remunerada, ou de estarem ou não ocupados.

b) Os beneficiários (público-alvo), citados acima, caracterizam-se como prioritários, mas não exclusivos, podendo as vagas, que permanecerem disponíveis, serem ocupadas por outros públicos.

As pessoas com deficiência terão direito a atendimento preferencialmente em relação às demais.

8. DIFERENCIAIS DO CURSO

Um diferencial do curso é a proposta didático-metodológica que é centrada na participação de quem aprende, valorizando suas experiências e expectativas para o mundo do trabalho, procurando focar o indivíduo como pessoa, observando-se todas as áreas da aprendizagem e individualizando o processo ao máximo, para que todos possam participar.

9. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO

O curso FIC de Vendedor, na modalidade EaD, é destinado a estudantes e trabalhadores que tenham escolaridade mínima, Ensino Fundamental II (6º ao 9º ano) completo. O acesso ao curso será acertado em comum acordo com os demandantes.

10. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação do rendimento ocorrerá por meio do acompanhamento da evolução do estudante. O registro do rendimento compreenderá a apuração da assiduidade e a avaliação do rendimento em todos os componentes curriculares, competindo ao docente o registro diário dos conteúdos e da frequência do estudante.

O critério e os valores da avaliação devem ser explicitados aos alunos, no início dos módulos de cada disciplina.

Para efeito de obtenção de certificado, serão cumpridas as determinações do PRONATEC. O aluno será considerado aprovado, desde que tenha aproveitamento mínimo de 60% (sessenta por cento) e frequência maior ou igual a 75% (setenta e cinco por cento).

Serão utilizadas as menções: **SUFICIENTE** que será empregada quando houver o domínio do conhecimento das habilidades que compõem a competência, adquiridas e exercitadas em situação de aprendizagem nas tarefas específicas do curso, necessárias para o desempenho eficiente e eficaz de atividades requeridas pela natureza do trabalho. Utilizar-se-á **INSUFICIENTE** quando o domínio for insuficiente em relação ao conhecimento das habilidades que compõem a competência.

No desenvolvimento deste curso, a avaliação do desempenho escolar será feita por componente curricular (podendo integrar mais de um componente), considerando aspectos de assiduidade e aproveitamento, participação no acesso as vídeo aulas, fóruns de discussão, entrega de atividades propostas em meios eletrônicos.

A assiduidade diz respeito à frequência às aulas teóricas, práticas e aos trabalhos escolares. A mesma será registrada pelo professor, de acordo com o acesso ao sistema e a interação do professor / aluno.

O aproveitamento escolar será avaliado através de acompanhamento contínuo e processual do estudante, com vista aos resultados alcançados por ele nas atividades avaliativas.

A avaliação docente será feita, pelos alunos, por meio do preenchimento de formulário próprio ao final de cada módulo e autoavaliação.

11. 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 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.

12. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

As atividades dos Cursos ofertados pelo PRONATEC terão início com a aula inaugural, momento especialmente dedicado à ambientação dos alunos ao sistema virtual de ensino e aprendizagem.

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.

13. MATERIAL DIDÁTICO-PEDAGÓGICO

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 as plataformas 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 realizadas na mesma data e horário para todos os estudantes. A aplicação dessas avaliações será realizada pelos professores mediadores presenciais, agendadas previamente com os alunos, evitando-se aglomerações.

14. PAPEL DOS PROFESSORES FORMADORES

No desenvolvimento do Curso FIC em Vendedor, 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 mediador 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 professor formador presencial 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 formadores 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.

15. MATRIZ CURRICULAR

A organização curricular consolidada no Projeto Pedagógico de Curso obedece ao disposto na Lei nº. 9.394, de 20 de dezembro de 1996; na Lei nº. 11.892, de 29/12/2004, que regulamenta o § 2º do art. 36 e os artigos 39 a 41 da LDB, que tratam da Educação Profissional; na Resolução nº. 02, de 30 de janeiro de 2012 que define Diretrizes Curriculares Nacionais para

o Ensino Médio e na Resolução nº. 06, de 20 de setembro de 2012 que define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio, que estabelece Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação de Jovens e Adultos; no Decreto nº. 5.154, de 23 de julho de 2004; no Decreto nº. 8268, de 18 de junho de 2014; Resolução nº. 13.005 PNE, de 25 de junho de 2014, Guia Pronatec de Cursos FIC e legislação complementar expedida pelos órgãos competentes.

O Curso FIC em Vendedor, modalidade EaD, possui uma carga horária total de 160 h/aula e os conteúdos das unidades curriculares serão apresentados nas ementas juntamente com a bibliografia básica.

A matriz curricular é composta de uma unidade curricular introdutória, voltada à familiarização do estudante com as metodologias e recursos da Educação à Distância, e de unidades curriculares da formação específica voltadas à formação inicial do indivíduo. As avaliações deverão ser formuladas pelos professores mediadores, com base nas situações comunicativas, que direcionaram o desenvolvimento dos conteúdos e das atividades.

O quadro abaixo descreve a matriz curricular do curso e, a seguir são apresentadas as ementas.

DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
Ambientação em EaD	12h
Empreendedorismo	20h
A evolução do processo de vendas	20h
Clientes	20h
A importância da comunicação no processo de vendas	28h
Planejamento e estratégia de vendas	30h
Pós-venda	30h
Total	160h

16. EMENTÁRIO

Unidade curricular: Ambientação em EaD	Carga horária: 12h
Ementa: Ambientes Virtuais de Aprendizagem na Educação a Distância. Avaliação na Educação a Distância.	

Bibliografia Básica:

BELLONI, M. L. **Educação a Distância**. 5. Ed. Campinas Autores Associados, 2008.

LIMA, A. **Fundamentos e Práticas na EaD**. Natal: UFRN, 2010.

MATTAR, J. **Tutoria e Interação em Educação a Distância**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

MORAES, R. C. **Educação a Distância e Ensino Superior: Introdução didática a um tema polêmico**. 5. Ed. São Paulo: Senac, 2010.

Unidade curricular: Empreendedorismo**Carga horária: 20h**

Ementa: Empreendedorismo: conceitos e perspectivas. O processo empreendedor. O perfil empreendedor. Identificação de oportunidades. Elaboração do plano de negócios. Outras ferramentas úteis ao empreendedor. Aspectos legais relacionados ao empreendedorismo. Plano de desenvolvimento pessoal.

Bibliografia Básica:

BERNARDI, L. A. **Empreendedorismo e armadilhas comportamentais**. São Paulo: Atlas, 2015.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo para visionários**. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

LUECKE, R. **Ferramentas para empreendedores: ferramentas e técnicas para desenvolver e expandir seus negócios**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

MENDES, J. **Empreendedorismo 360º: a prática na prática**. São Paulo: Atlas, 2017.

OLIVEIRA, D. P. R. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação voltados para o plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2014.

Unidade curricular: A evolução do processo de vendas**Carga horária: 20h**

Ementa: Evolução do cliente/consumidor. Evolução do vendedor; O novo papel do profissional de vendas. O profissional de vendas hoje. Habilidades, conhecimentos e valores. Organização como fator de produtividade. Requisitos pessoais para o novo profissional de vendas. Expectativas da empresa em relação aos vendedores. Obrigações básicas do vendedor. Trabalho em equipe. O vendedor como negociador. Ética profissional.

Bibliografia Básica:

CHIAVENATO, I. **Iniciação a administração de vendas**. São Paulo: Makron Books, 1991.

GITOMER, J. **A Bíblia de Vendas**. São Paulo. M. Books, 2010.

GITOMER, J. **A Bíblia de Vendas**. São Paulo. M. Books, 2010.

GOBE, A. C. **Administração de vendas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Técnicas de Vendas: como vender e obter bons resultados**. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2004.

RATTO, L. **Vendas – Técnicas de Trabalho E Mercado**. Editora SENAC NACIONAL. São Paulo.2007.

STANTON JR., J. L. **Administração de vendas**. 10 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

TRACY, Brian; MATTA, Villela da & VICTORIA, Flora. **Estratégias avançadas em vendas**. Trad. Edson Furmankiewicz. Barueri, SP: Novo Século Editora, 2014.

Unidade curricular: Clientes	Carga horária: 20h
<p>Ementa: Consumidor x Clientes. Teorias sobre o comportamento do consumidor. Fidelização e retenção de clientes (front office). Processo de formação do nível de satisfação do cliente. Recuperação de clientes insatisfeitos. Serviços de atendimento e manutenção de clientes (back office). Medindo a satisfação do cliente.</p> <p>Bibliografia Básica:</p> <p>CHURCHILL Jr. G. A; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2013.</p> <p>CORRÊA, L.H; CAON, M. Gestão de serviços: lucratividade por meio de operação e satisfação de clientes. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>DANTAS, E. B. Gestão da informação sobre a satisfação de consumidores e clientes. São Paulo: Atlas, 2014.</p>	

DEMO, G. **Marketing de relacionamento e comportamento consumidor**. São Paulo: Atlas, 2015.

EISNER, M.D. **O jeito Disney de encantar os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2011.

LEWIS, D; BRIDGES, D. **A alma do novo consumidor**. São Paulo: Makron Books, 2004.

ROCHA, L. C. **Consumidor: como elaborar o seu perfil**. São Paulo: LTC, 2009.

SILVA, F. G., ZAMBON, M. S. **Gestão do relacionamento com o clientes**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

VERGARA, S. H. C; RODRIGUES, D. F; TONET, H. C. **Excelência no atendimento ao cliente**. São Paulo: FGV Editora, 2014.

Unidade curricular: A importância da comunicação no processo de vendas	Carga horária: 28h
Ementa: Processo de Comunicação. Comunicação Verbal e Escrita; Comunicação Empresarial na Sociedade da Informação; Fundamentos da Comunicação Interpessoal; Linguagem Corporal; Timidez; Estilos; Apresentação Individual; Excelência em Improviso; O vendedor como canal de informação. Vícios de linguagem. Contato visual. Movimentação.	
Bibliografia Básica:	
ARGENTI, Paul A. Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação . Tradução de: Adriana Rieche. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.	
DANTAS, Edmundo B. Atendimento ao público nas organizações . São Paulo: Senac, 2004.	
GUEDES, Carlos A. B. Técnica do vendedor lojista . São Paulo: Edição do Autor, 2002.	
KUNSCH, M. M. K. (Org.). Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos . São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1.	
NEVES, Roberto de Castro. Comunicação Empresarial Integral: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais . 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.	
PERRY, Bill; FORD, Lisa; MCNAIR, David. O excepcional atendimento ao cliente . São Paulo: Edicta, 2005.	
VILALBA, Rodrigo. Teoria da Comunicação: conceitos básicos . São Paulo: Ática, 11 2006.	
ZIGLAR, Zig. Os Segredos da Arte de Vender . 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002. 464 p.	

Unidade curricular: Planejamento estratégico de vendas	Carga horária: 30h
<p>Ementa: Gestão estratégica de vendas. Passos da venda. Canais de vendas: pessoal, telemarketing, web. Solução de Conflitos em vendas. Determinação de metas e potencial de vendas. Negociação: Aspectos da negociação, Perfil do negociador, Ética em negociação. Administração de clientes e Informações. Técnicas de prospecção de mercado. Estudo da Concorrência. Introdução ao Código de Defesa do Consumidor.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p>	
<p>BRUNER, Riel E.; HARDEN, Leland. Marketing on-line. São Paulo: Futura, 2001.</p>	
<p>FISHER, R; PATTON, B.; URY, W. Como chegar ao sim. São Paulo: Imago, 2005.</p>	
<p>FUTRELL, C. M. Vendas: Fundamentos e Novas Práticas de Gestão. São Paulo: Saraiva, 2003.</p>	
<p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 8ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.</p>	
<p>MANDINO, Og. O Maior Vendedor do Mundo. 52. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.</p>	
<p>MCCORMACK, Mark H. A arte de negociar. São Paulo: Best Seller, 1997.</p>	
<p>PERRY, Bill; FORD, Lisa; MCNAIR, David. O excepcional atendimento ao cliente. São Paulo: Edicta, 2005.</p>	
<p>STANTON, John L. SPIRO, Rosann. Administração de vendas. 10. ed. São Paulo: LTC, 2000.</p>	

Unidade curricular: Pós-venda	Carga horária: 30h
<p>Ementa: Políticas de retenção e manutenção de clientes (Pós-venda). Os tipos de Pós Vendas. Mensurar o grau de satisfação dos clientes. Descobrir as causas da insatisfação. Conhecer o feedback dos clientes. Curva ABC e a Necessidade de focar o Cliente certo. Assistência técnica e garantia. Troca de mercadorias.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p>	
<p>Bogmann, I. M. Marketing de Relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras. São Paulo: Nobel. 2002.</p>	
<p>Brondmo, H. P. Fidelização. São Paulo: Futura, 2001.</p>	
<p>CHURCHILL, Gilbert A. Marketing: criando valor para os clientes. 2ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2008.</p>	

GRONROOS, Christian. **Gerenciamento de Serviços – a competição por serviços na hora da verdade**. Rio de Janeiro, Campus, 1995.

Lima, A. **Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão do relacionamento**. São Paulo: Atlas, 2012.

McKENNA, Regis. **Marketing de Relacionamento: estratégias bem sucedidas para a era do cliente**. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

SARQUIS, Aléssio Bessa. **Estratégias de Marketing para Serviços**. São Paulo, Atlas, 2010.

SCHIFFMAN, Leon G. e KANUK. **Comportamento do consumidor**. Rio de Jan.: Livros Técnicos e Científicos, 2000.

17. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO

O aluno será considerado apto à qualificação e certificado desde que tenha aproveitamento mínimo de 60% (sessenta por cento) e frequência maior ou igual a 75% (setenta e cinco por cento).

Após conclusão do curso, o estudante receberá o certificado de Qualificação Profissional em **Vendedor** do eixo tecnológico: **Gestão e Negócios**, modalidade **EaD**, carga horária: **160 horas**.

18. INFRAESTRUTURA

As instalações disponíveis para o curso deverão conter: sala de aula com carteiras individuais para cada aluno nos momentos presenciais, biblioteca, datashow e banheiro masculino e feminino e laboratório de informática, para os alunos.

A biblioteca deverá estar equipada com o acervo bibliográfico necessário para a formação integral e específica do aluno e contemplando materiais necessários para a prática dos componentes curriculares, porém, a Educação à Distância possibilita a utilização de suportes de informação independentes da infraestrutura física, sendo veiculados por diversos meios de comunicação e com horários organizados com maior flexibilidade de local, horários e acesso sem a frequência diária em sala de aula.

O estudante é gestor do seu tempo e de seus estudos, mediante recursos tecnológicos como ferramentas de aprendizagem e metodologias de ensino que possibilitarão a interatividade

e a cooperação entre o aluno e o professor.

A proposta curricular da disciplina será modular, estabelecendo um prazo de duração e execução, através das plataformas já citadas.

19. REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996. Institui as Diretrizes e Base para a Educação Nacional. <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/leis-ordinarias/legislacao-1/leis-ordinarias/1996>>. Acesso em 15 de março de 2011.

_____. Lei nº. 11.892 de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e dá outras providências. Brasília/DF: 2008.

_____. Decreto nº. 5.154, de 23 de julho de 2004. Regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº. 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e dá outras providências. Brasília/DF: 2004.

_____. Presidência da República. Decreto Federal nº. 5.840 de 13 de julho de 2006. Institui o PROEJA no Território Nacional. Brasília: <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/decretos1/decretos1/2006>>. Acesso em 15 de março de 2011.

_____. Presidência da República. Regulamentação da Educação à Distância. Decreto Federal nº. 5.622 de 19 de dezembro de 2005. <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/decretos1/decretos1/2005>>. Acesso em 15 de março de 2011.

IFRN/Instituto Federal do Rio Grande do Norte. Projeto Político-Pedagógico do IFRN: uma construção coletiva. Disponível em: <<http://www.ifrn.edu.br/>>. Natal/RN: IFRN, 2012.

_____. Organização Didática do IFRN. Disponível em: <<http://www.ifrn.edu.br/>>. Natal/RN: IFRN, 2012.

MTE/Ministério do Trabalho e Emprego. Classificação Brasileira de Ocupações. Disponível em: <<http://www.mtebo.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>>. Acesso em: 22 fev. 2012.

SETEC/Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. PROEJA – Formação Inicial e Continuada/ Ensino Fundamental – Documento Base – Brasília: SETEC/MEC, agosto de 2007.

_____. Documento Orientador para PROEJAFIC em Prisões Federais. Ofício Circular nº. 115/2010 – DPEPT/SETEC/MEC. Brasília, 24 de agosto de 2010.

_____. Guia de Cursos FIC. Disponível em: <<http://pronatecportal.mec.gov.br/arquivos/guia.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2012.