

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA OU QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL (FIC)

Gestão de Vendas

Três Corações – MG

2019

CURSO DE INFORMÁTICA BÁSICA

1. DADOS DA INSTITUIÇÃO

CNPJ:	10.648.539/0001-05
Razão Social:	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais/Campus Avançado Três Corações
Endereço:	Rua Coronel Edgar Cavalcanti de Albuquerque, nº 61, Chácara das Rosas, Três Corações/MG - 37410-000
Sítio:	www.portal.tco.ifsuldeminas.edu.br

2. DADOS GERAIS DO CURSO

Nome do curso:	Gestão de Vendas
Modalidade:	Presencial
Eixo tecnológico:	Gestão de Negócios
Número de vagas:	15 vagas
Duração:	270 horas
Frequência da oferta:	Conforme demanda.
Periodicidade das aulas:	Segunda a sexta-feira, possibilidade de aulas aos sábados.
Turno e horário das aulas:	Noturno
Local das aulas:	IFSULDEMINAS - Campus Avançado Três Corações e em polos parceiros.

Obs.: A previsão de início e término do curso será apresentada no edital de abertura do curso.

1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

O Curso de Gestão de Vendas na modalidade presencial visa promover a qualificação de pessoas para atuação na gestão comercial, consubstancia-se em uma proposta curricular baseada nos fundamentos filosóficos da prática educativa progressista e transformadora, nas bases legais da educação profissional e tecnológica brasileira, explicitadas segundo o Art. 3º do Decreto 5.154/2004, que regulamenta o Cap. III da LDB, “Os cursos e programas de Formação Inicial e Continuada de trabalhadores, incluídos a capacitação, o aperfeiçoamento, a especialização e a atualização, em todos os níveis de escolaridade, poderão ser ofertados segundo itinerários formativos, objetivando o desenvolvimento de aptidões para a vida produtiva e social”. O Art. 7º da Lei 11.892/2008 destaca que são objetivos dos Institutos Federais “...ministrar cursos de Formação Inicial e Continuada de trabalhadores, objetivando a capacitação, o aperfeiçoamento, a especialização e a atualização de profissionais, em todos os níveis de escolaridade, nas áreas da educação profissional e tecnológica”.

Esse curso de Gestão de Vendas aspira “uma formação que permita a mudança de perspectiva de vida por parte dos estudantes; a compreensão das relações que se 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, ampliando-se a visão do mundo de trabalho e constituindo-se em uma possibilidade para a construção dos projetos de vida dos estudantes (FRIGOTTO, CIAVATTA e RAMOS, 2005).

O IFSULDEMINAS Campus Avançado Três Corações percebe a importância em qualificar profissionais nos diversos setores da sociedade. Para isto procura estabelecer uma rede profundamente vinculada à sociedade tricordiana e regional. Assim, optou-se por oferecer o curso de Gestão em Vendas devido ao elevado número de pessoas que atuam no setor de comércio, além da possibilidade de fomentar o empreendedorismo.

Esse documento apresenta, portanto, os pressupostos teóricos, metodológicos e didático-pedagógicos estruturantes da proposta do curso em consonância com o Projeto Político-Pedagógico do IFSULDEMINAS. Em todos os elementos estarão explicitados princípios, categorias e conceitos que materializarão o processo de ensino e de aprendizagem destinados a todos os envolvidos nessas práticas pedagógicas.

2 - JUSTIFICATIVA

Em seu aspecto global, a formação inicial e continuada para qualificação profissional é concebida 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. Centra-se em ações pedagógicas, de natureza teórico-prática, planejadas para atender a demandas sócio educacionais de formação e de qualificação profissional. Nesse sentido, consolida-se em iniciativas que visam formar, qualificar, requalificar e possibilitar tanto atualização quanto aperfeiçoamento profissional a cidadãos em atividade produtiva ou não. Contempla-se, ainda, no rol dessas iniciativas, trazer de volta, ao ambiente formativo, pessoas que foram excluídas dos processos educativos formais e que necessitam dessa ação educativa para dar continuidade aos estudos.

Ancorada no conceito de politécnica e na perspectiva crítico-emancipatória, a formação inicial e continuada para qualificação profissional, ao se estabelecer no entrecruzamento dos eixos sociedade, cultura, trabalho, educação e cidadania, compromete-se com a elevação da escolaridade, sintonizando formação humana e formação profissional, com vistas à aquisição de conhecimentos científicos, técnicos, tecnológicos e ético-políticos, propícios ao desenvolvimento integral do sujeito.

Nesse sentido, o IFSULDEMINAS Campus Avançado Três Corações, ampliou sua atuação em diferentes municípios do sul do estado de Minas Gerais, com a oferta de cursos em diferentes áreas profissionais, conforme as necessidades locais.

Este curso visa fornecer uma qualificação profissional, propondo-se, a qualificar profissionais para atuação no comércio. Contribuindo para a elevação da qualidade dos serviços prestados à sociedade, através de um processo de apropriação e de produção de conhecimentos científicos e tecnológicos, capaz de contribuir com a formação humana integral e com o desenvolvimento socioeconômico da região articulado aos processos de democratização e justiça social.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GERAL

O curso de qualificação profissional em Gestão de Vendas, na modalidade presencial, tem como objetivo geral qualificar os egressos com habilidades técnicas, humanas e conceituais para atuação no mundo do trabalho. Visa construir conhecimento prático e teórico sobre as atividades de comércio, criando condições para o desenvolvimento das competências profissionais dos estudantes, que serão capazes de colaborar com o desenvolvimento econômico e social da região.



3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estimular o espírito empreendedor de forma a contribuir para a formação de profissionais capazes de auxiliar no desenvolvimento da região, por meio do conhecimento técnico, cidadão e ético nas relações empresariais.
- Construir conhecimentos que permitam a aplicação dos principais procedimentos inerentes às vendas ligadas de comércio.
- Desenvolver práticas ligadas ao comércio eletrônico e ligado ao agronegócio.

4. REQUISITOS DE SELEÇÃO E PÚBLICO ALVO

O curso de qualificação profissional em Gestão de Vendas será direcionado a pessoas que possuem o Ensino Médio Completo.

5. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

O curso será realizado em 270 horas, buscando maximizar as atividades práticas, permitindo aos estudantes a construção do conhecimento. A matriz curricular pode ser observada na tabela a seguir:

Disciplina	Aulas Semanais	Total de Aulas	Carga Horária
Gestão da Qualidade	2	40	30
Empreendedorismo e inovação	4	80	60
Processos e Técnicas de Vendas	4	80	60
Comércio Eletrônico	2	40	30
Comércio Internacional	2	40	30
Comercialização no Agronegócio	2	40	30
Noções de Direito Aplicadas ao Comércio	2	40	30
Carga horária	18	360	270



6. EMENTÁRIO

Nome da Disciplina:	Gestão da Qualidade
Ementa: Evolução, conceitos e importância da qualidade. Os oito princípios da qualidade. Sistemas de gestão da qualidade. NBR 9001. NBR 14001. NBR 18001. Ferramentas da Qualidade. 5S.	
Bibliografia Básica: BALLESTERO-ALVES, M. E. Gestão da qualidade, produção e operações . 2. ed. São Paulo: 2012. LOBO, R. N. Gestão da qualidade . São Paulo: Érica, 2010. 190 p MARSHALL JUNIOR, I. et al. Gestão da qualidade . 10. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010. 203 p.	
Bibliografia Complementar: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 9001:2008. Sistema de Gestão da Qualidade . 2. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2008. CARPINETTI, L. C. Ribeiro; MIGUEL, P. A. Cauchik; GEROLAMO, M. C. Gestão da qualidade ISO 9001: 2008: princípios e requisitos . 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. FISCHER, G. et al. Gestão da qualidade: segurança do trabalho e gestão ambiental . São Paulo: Blucher, 2009. 240 p MEZOMO, J. C. Gestão da qualidade na escola: princípios básicos . São Paulo: Loyola, 1994. 207 p. PALADINI, E. P. Gestão da qualidade: teoria e prática . 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.	

Nome da Disciplina:	Empreendedorismo e inovação
Ementa: Empreendedorismo: conceitos e definições. Empreendedorismo e desenvolvimento regional. Competências do empreendedor. Intraempreendedorismo. Modelos de negócios: objetivos e componentes. Elaboração de um modelo de negócio inovador. Plano de Negócios: importância, objetivos e tópicos. Fundamentos da Gestão da Inovação: conceitos introdutórios, tipos de inovações e estratégias do processo inovador. A importância da inovação. Fontes de inovação. Fatores indutores de inovação. O ciclo da inovação. Modelos de inovação. Sistemas de Inovação. Propriedade intelectual. Indicadores de Inovação.	
Bibliografia Básica: GAUTHIER, F. A. O.; MACEDO, M.; LABIAK JUNIOR, S. Empreendedorismo . Curitiba: Editora LT, 2010. FREITAS FILHO, F. L. Gestão da inovação: teoria e prática para implantação . São Paulo: Atlas, 2013. PORTO, G. S. (org). Gestão da inovação e empreendedorismo . Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.	
Bibliografia Complementar: CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor . Rio de Janeiro: Saraiva, 2008. DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo transformando idéias em negócios . 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business model generation: inovação em modelos de negócios . Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. Gestão da inovação . 3.ed. Porto Alegre: Bookman. 2008.	



TIGRE, P. B. **Gestão da inovação**: a economia da tecnologia no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2.ed. 2013.

Nome da Disciplina:	Processos e Técnicas de Vendas
Ementa. Requisitos necessários para um bom vendedor. Etapas do ciclo de vendas. Apresentação e demonstração de produtos e serviços: pontos principais, benefícios e vantagens. Avaliação do cliente: suas necessidades e expectativas. Vendas no atacado e varejo. Controles análises e avaliações de vendas. Métodos de modificação de atitude de clientes. Treinamento em vendas. Técnicas de abordagem e fechamento de vendas. Acompanhamento do cliente e a venda (follow-up).	
Bibliografia Básica: ALVAREZ, F. J. S. M.; CARVALHO, M. R. Gestão eficaz da equipe de vendas : venda mais adequando sua equipe aos clientes. São Paulo Saraiva 2008. CÔNSOLI, M. A. Vendas técnicas para encantar seus clientes. Porto Alegre: Bookman 2011. FUTRELL, C. M. Vendas o guia completo. 12. Porto Alegre: AMGH, 2014 .	
Bibliografia complementar: CHIAVENATO, I. Administração de Vendas . Campus, 2005. DE SIMONI, J. Promoção de vendas . São Paulo: Makron, 2002. FUTRELL, C. M. Vendas fundamentos e novas práticas de gestão. 2. São Paulo Saraiva, 2014. LAS CASAS, A. L. Administração de vendas . 8.ed. São Paulo: Atlas, 2005. MEGIDO, J.L.T.; SZULCEWSKI, C.J. Administração Estratégica de vendas . São Paulo: Atlas, 2002.	

Nome da Disciplina:	Comércio Eletrônico
Ementa. Organização virtual: evolução dos negócios na era digital. Modelos de negócios na era digital. Integração eletrônica. Definições e características de E-business e e-commerce. Processos de desenvolvimento de um sistema de e-commerce. Segurança nas transações eletrônicas.	
Bibliografia Básica: ALBERTIN, A.L. Comércio eletrônico : Modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2004. MANAS, A.V. Administração de Sistemas de Informação . São Paulo: Atlas, 2004. RAMOS, E.; ANTUNES, A.; VALLE, A. B.; KISCHINEVSKY, A. E-commerce . 3.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2011. 182 p.	
Bibliografia complementar: GOMES, S.M.S. Empresas na era da internet : o papel dos portais B2E, B2C e B2B. Congresso Virtual Brasileiro de Administração. 2004.	



MEIRA, JR; W.. e MURTA, C.D. **Sistemas de Comércio Eletrônico – Projeto desenvolvimento**. 1ª ed. São Paulo: Campus, 2002.

O'BRIEN, J. **Sistemas de Informação e as Decisões Gerenciais na Era da Internet**. São Paulo, Saraiva, 2009.

OLIVEIRA, D. P. R. **Sistemas de informações gerenciais**. São Paulo: Atlas, 2004.

TURBAN, E; VOLONINO, L. **Tecnologia da Informação para Gestão**: em busca do melhor desempenho estratégico e operacional. Tradução: Aline Evers. Revisão técnica: Ângela Freitag Brodbeck. 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

Nome da Disciplina:

Comércio Internacional

Ementa: Ambiente do comércio internacional. A evolução do comércio internacional. Teoria das vantagens comparativas. Principais órgãos e normas do comércio internacional. Legislação, regulamentação e estrutura do comércio exterior no Brasil. Zonas de livre comércio e blocos econômicos. Termos de comércio internacional (Incoterms). Regime aduaneiro especial (Drawback).

Bibliografia Básica:

BORTOTO, A. C.; et. al. **Comércio exterior: teoria e gestão**.3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LUDOVICO, N. **Mercados e Negócios Internacionais**. Série Comércio Exterior, V. 6. São Paulo: Saraiva, 2011.

SILVA, U. S. (org). **Gestão das relações econômicas intenacionais e comércio exterior**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

Bibliografia Complementar:

DAVID, P. A.; STEWART, R. D. **Logística internacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

MEIRA, L. A. **Tributos sobre o comércio exterior**. São Paulo: Saraiva, 2012.

RODRIGUES, P. R. A. **Introdução aos Sistemas de Transporte no Brasil e a Logística Internacional**. São Paulo: Aduaneiras, 2007.

VAZQUEZ, J. L. **Comércio exterior brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2009.

VAZQUEZ, J. L. **Dicionário de termos de comercio exterior**. São Paulo: Atlas, 2008.

Nome da Disciplina:

Comercialização no Agronegócio

Ementa: Conceitos de Agronegócio e sua importância. Segmentos antes, dentro e depois da porteira. Canais de comercialização. Agentes comerciais e formação de preços. Margem de comercialização. Atuação do governo nas práticas comerciais do agronegócio. Caracterização do agronegócio regional.

Bibliografia Básica:

ARAÚJO, M. J. **Fundamentos de agronegócios**. 4.ed. São Paulo : Atlas, 2013.

MENDES, J. T. G.; PADILHA JUNIOR, J. B. **Agronegócio: uma abordagem econômica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

TEIXEIRA, T. M.; FRANZIN, N. A. **Ferramentas de Gestão para o Agronegócio**. Curitiba: Editora LT, 2013.

Bibliografia Complementar:



BARROS, G. S. C. **Economia da comercialização agrícola**. Universidade de São Paulo – USP: Piracicaba. 2007.

BATALHA, M. O. (coord.) **Gestão agroindustrial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

CALLADO, A. A. C. **Agronegócio**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ZUIN, L. F. S.; QUEIROZ, T. R. **Agronegócio: Gestão e Inovação**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. (Org.). **Economia e Gestão dos Negócios Alimentares**. São Paulo: Pioneira, 2010.

Nome da Disciplina:	Noções de Direito Aplicadas ao Comércio
---------------------	--

Ementa: Pessoa natural e pessoa jurídica. A empresa comercial: empresário individual e sociedade. Noções básicas sobre falência e concordata. Conceitos e princípios básicos do Código de Defesa do Consumidor. Cadastros restritivos de crédito.

Bibliografia Básica:

BRASIL. **Código de defesa do consumidor**: Lei 8.078, de 11-9-1990 . 23. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

NUNES, Rizzatto. **O Código de Defesa do Consumidor e sua interpretação jurisprudencial**. 5. São Paulo Saraiva 2015.

SAAD, Eduardo Gabriel; SAAD, José Eduardo Duarte; BRANCO, Ana Maria Saad C. **CLT Consolidação das Leis do Trabalho**: comentada. 46. ed. São Paulo: LTr, 2013.

Bibliografia Complementar:

ARAÚJO, A. C.. **Legislação trabalhista e previdenciária aplicada à saúde e segurança do trabalhador**. Goiania: AB, 2007.

BARTINE,C.; ARAUJO JUNIOR, M. A.; BARROSO, D.(Coord.). **Direito tributário**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

CUNHA, S. S. da. **Fundamentos de direito constitucional, v.2**. São Paulo Saraiva 2007.

JELIN, E.; HERSHBERG, E. (Org.). **Construindo a democracia**: direitos humanos, cidadania e sociedade na América Latina. São Paulo: EDUSP, 2006.

TAVARES, A. M. **Fundamentos de direito tributário**. 4.ed. São Paulo Saraiva 2008.

7. CORPO DOCENTE

O curso será ministrado por professores do IFSULDEMINAS Campus Avançado Três Corações.

8. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM

A avaliação do curso será feita de maneira contínua e permanente no ambiente escolar. Os procedimentos de avaliação do curso serão realizados e definidos em comum acordo entre a coordenação, professores e a orientação dos cursos.

Toda atividade desenvolvida em aula será avaliada, assim como o envolvimento e a participação dos alunos. Poderão ser utilizados, como recursos adicionais para a avaliação dos estudantes, os seguintes instrumentos: (i) Atividades práticas em sala ou orientadas; (ii) Atividades em grupo e individuais; (iii) avaliações; (iv) seminários; (v) rodas de debate; (vi) elaboração e desenvolvimento de projetos, (vii) estudos dirigidos, (viii) visitas técnicas. Há de se ressaltar o caráter permanente e sistemático do processo de avaliação considerando as singularidades dos sujeitos envolvidos no processo educacional, o que contribui para a aprendizagem de pessoas com aptidões e necessidades específicas.

9. CERTIFICADOS E DIPLOMAS

Fará jus ao certificado de qualificação profissional em Gestão de Vendas, o discente que concluir o curso com frequência igual ou superior a 75% da carga horária presencial proposta e aproveitamento mínimo de 60% nas atividades avaliativas desenvolvidas ao longo do curso.

FONTES CONSULTADAS

BRASIL. Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 23 de dezembro de 1996, Seção 1, p. 27.833.

_____. **Guia PRONATEC de Formação Inicial e Continuada 2013**. Portaria MEC nº 899, de 20 de setembro de 2013, 3. ed., 2013. Disponível em: <<http://pronatec.mec.gov.br/fic/>>, acesso em 28 de dezembro de 2016.

Sites:

<http://www.mec.gov.br/>

<http://www.ifsuldeminas.edu.br>