



Você um passo a frente

### **Unidade Escolar**

CNPJ: 09.360.632/0001-30

Razão Social: Lume Centro de Ensino e Qualificação Profissional Ltda.

Unidade Escolar: Escola de Educação Profissional Lume

Esfera Administrativa: Particular

Endereço: Rua Borges de Medeiros, 25

Cidade: Encantado - RS CEP: 95960-000

Telefone/Fax: (51) 3751- 6812

E-mail de contato: [pedagogico@lumeonline.com.br](mailto:pedagogico@lumeonline.com.br)

Site: [www.lumeonline.com.br](http://www.lumeonline.com.br)

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

### **Identificação do Curso**

Habilitação Técnica de Nível Médio:

Técnico em Vendas - 820 horas

Qualificação Profissional Técnica de Gerente de Vendas - 312 horas

Qualificação Profissional Técnica de Consultor de Vendas - 312 horas

Qualificação Profissional Técnica em Assistente de Comunicação - 156 horas

## **1. JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS**

### **1.1 Justificativa**

As constantes mudanças na situação socioeconômica veem provocando mudanças em todos os ramos de atividade, principalmente no comércio. Assim, o ser humano vai evoluindo, crescendo, refinando seus hábitos, adotando novas posturas e exigindo produtos e serviços cada vez melhores. Satisfazer a contento tais exigências, eis um dos grandes desafios do milênio, e do profissional que atua como técnico de vendas.

O profissional técnico em vendas tem seu espaço de atuação junto às organizações públicas ou privadas, em consultorias e pesquisas. O mercado de trabalho está aberto à gestão de vendas em empresas no sentido de planejar, organizar e coordenar, aumentando a competitividade desta.

O Técnico em Vendas é um profissional qualificado apto a realizar a prospecção de mercado e promover a venda de produtos e serviços através de contatos estabelecidos com clientes com vista à sua satisfação e fidelização. Exerce atividades que privilegiam aspectos empreendedores com foco na sustentabilidade e sucesso da empresa, na perspectiva de melhoria de resultados do empreendimento, em consonância com as demandas dos setores produtivos da economia.

As organizações investem na formação do seu capital humano, pois necessitam de pessoas que estejam bem preparadas para enfrentar desafios que possam surgir no futuro. A formação tem constituído, no nosso país, uma importante ferramenta de gestão e de desenvolvimento do capital humano. O que se pretende com a mesma é valorizar o capital humano e alcançar ganhos mensuráveis na organização, portanto o profissional técnico em vendas, além de empreendedor, também precisa desenvolver conhecimento de gestão.

Os profissionais de vendas devem definir as suas estratégias e construir planos de desenvolvimento do seu negócio, de modo a articular as ações necessárias para atingir os objetivos da empresa.

### **1.2 Objetivos Gerais**

O curso Técnico em Vendas da Escola de Educação Profissional Lume tem por objetivo habilitar profissionais de nível técnico aptos a atuar no setor comercial de empresas, propiciando-lhes, em especial:

- A preparação para a cidadania, para continuar aprendendo, mesmo depois de sair da escola, de modo a ser capaz de se adaptar com flexibilidade a novas situações e aperfeiçoamentos posteriores;
- A promoção da transição entre a escola e o mundo do trabalho, capacitando-os com conhecimentos e habilidades para o exercício de atividades produtivas;
- A qualificação, profissionalização e atualização dos trabalhadores, visando à sua inserção e melhor desempenho no exercício do trabalho;

- A compreensão dos fundamentos científico-tecnológicos, relacionando a teoria com a prática;
- A compreensão do ambiente natural e social, do sistema político, da tecnologia e dos valores em que se fundamenta a sociedade;
- A integração, na tarefa educativa, dos princípios empreendedores levando os alunos ao conhecimento pleno de suas potencialidades, transformando-os em gestores do seu crescimento pessoal e profissional.

### **1.3 Objetivos Específicos**

O curso tem como objetivos específicos formar profissionais capazes de:

- Aplicar e supervisionar os recursos tecnológicos gerenciais e a informação de visão mercadológica, prospectiva e inovadora;
- Desenvolver as competências profissionais necessárias e comuns a todo profissional que atua no Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios de modo a favorecer o diálogo e a interação com os demais profissionais da esfera de atuação;
- Capacitar e desenvolver competências profissionais que lhes permitam formular, discutir, analisar, selecionar e implementar estratégias de gestão do próprio processo de trabalho;
- Oportunizar o desenvolvimento da criatividade, da iniciativa, da autonomia, da liberdade de expressão, criando espaços para a discussão sobre as questões éticas, o respeito a todas as formas de vida e a análise crítica do seu contexto laboral e social;
- Possibilitar a inserção de profissionais adequadamente capacitados e legalmente credenciados, no mercado, assegurando a prestação de serviços de qualidade;
- Capacitar o participante a criar, desenvolver, implementar e avaliar práticas de gestão empresarial adequadas à realidade específica de cada organização, além de contribuir para seu desenvolvimento.

## **2. REQUISITOS DE ACESSO**

Escolaridade Mínima: ter concluído ou estar cursando o Ensino Médio.

## **3. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO**

O profissional formado em Técnico em Vendas estará qualificado e apto a atuar em diferentes tipos de organizações públicas ou privadas, dos mais variados setores da economia, em microempresas e empresas de pequeno, médio e grande porte, como comércio e indústria. O Técnico em Vendas é um profissional apto a atuar na constituição de seus próprios empreendimentos, trabalhando de forma autônoma.

Apoia a elaboração de planos estratégicos das áreas de comercialização, marketing e comunicação para empresas agroindustriais, industriais, de comercialização e serviços em

geral; implementam atividades e coordenam sua execução; assessoram a diretoria e setores da empresa. Na área de atuação, gerenciam recursos humanos, administram recursos materiais e financeiros e promovem condições de segurança, saúde, preservação ambiental e qualidade.

Dentre as competências pessoais desejáveis para um profissional em vendas destacam-se a capacidade de liderança, competência técnica, iniciativa, capacidade empreendedora e criativa para lidar com as atividades cotidianas relacionadas aos processos de aquisição, venda e pós-venda nas organizações e instituições, tomar decisões, demonstrar capacidade de escuta atenta (saber ouvir), demonstrar confiança, senso ético, flexibilidade, trabalhar sob pressão, contornar situações adversas, demonstrar habilidade de comunicação verbal, demonstrar capacidade de negociação e de persuasão.

Portanto é necessário que demonstre uma postura proativa e perspicaz para compreender a sistemática econômico-financeira, política e social no mundo produtivo, com visão e atitude empreendedora, prezando por uma prática profissional ética e atualizada ao mercado.

### **3.1 Perfis das Qualificações Profissionais**

#### **3.1.1 Módulo I: Qualificação Profissional Técnica de Gerente de Vendas**

Profissional com competência de elaborar planos estratégicos das áreas de comercialização, marketing e comunicação para empresas agroindustriais, industriais, de comercialização e serviços em geral; implementam atividades e coordenam sua execução; assessoram a diretoria e setores da empresa. Na área de atuação, gerenciam recursos humanos, administram recursos materiais e financeiros e promovem condições de segurança, saúde, preservação ambiental e qualidade.

#### **3.1.2 Módulo II: Qualificação Profissional Técnica de Consultor de Vendas**

Profissional que atua na área de Vendas, desenvolvendo ações de venda de mercadorias em estabelecimentos do comércio varejista ou atacadista, auxiliando os clientes na escolha. Controlam entrada e saída de mercadorias. Promovem a venda de mercadorias, demonstrando seu funcionamento, oferecendo-as para degustação ou distribuindo amostras das mesmas. Informam sobre suas qualidades e vantagens de aquisição. Expõem mercadorias de forma atrativa, em pontos estratégicos de vendas, com etiquetas de preço. Abastecem pontos de venda, gôndolas e balcões e atendem clientes em lojas e mercados. Fazem inventário de mercadorias para reposição. Elaboram relatórios de vendas, de promoções, de demonstrações e de pesquisa de preços.

#### **3.1.3. Módulo III: Qualificação Profissional Técnica em Assistente de Comunicação**

Profissional que apoia a execução de ações de comunicação interna e externa previstas no plano de comunicação e de marketing, sendo envolvido na elaboração e edição de textos e conteúdo e supervisionando a produção de materiais impressos e online, tais como relatórios de projetos, revistas, informes e site. O assistente de comunicação apoia o controle da execução do planejamento, elaborando planilhas e cronogramas, e é responsável pela operacionalidade de campanhas e eventos incluindo registros fotográficos. Gerenciam o sites e

redes sociais institucionais. Supervisionam a produção de materiais impressos e online. Assessoram o fluxo de comunicação entre os clientes internos e o setor de comunicação.

## **3.2 Competências**

### **3.2.1 Competências do Técnico em Vendas**

- Analisar potencial de clientes e assessorar os vendedores na venda;
- Participar, organizar e auxiliar o processo de compras e vendas, bem como verificar as viabilidades econômicas e financeiras para efeito de planejamento empresarial;
- Assessorar na estrutura e no funcionamento da empresa com base na sua meta e nos seus objetivos, por meio das diretrizes, dados e informações contidas no planejamento estratégico, tático e operacional das empresas;
- Contribuir no desenvolvimento de estudos mercadológicos, para avaliação do comportamento do mercado consumidor e dos aspectos externos à empresa;
- Assessorar no desenvolvimento de inovações em produtos e serviços para atender as expectativas do mercado consumidor;
- Auxiliar no desenvolvimento do plano de marketing e vendas das organizações e implementar os programas e ações comerciais das empresas;
- Negociar o desenvolvimento das atividades de venda das organizações;
- Preparar o ambiente de vendas dos distintos canais de marketing que uma organização poderá utilizar para dispor seus produtos e serviços ao mercado consumidor;
- Possuir visão sistêmica das atividades de pré-venda, venda e pós-venda como fatores importantes para a vantagem competitiva das organizações;
- Atuar de forma proativa nas decisões da organização, demonstrando liderança, iniciativa, sensatez e flexibilidade no ambiente de trabalho;
- Executar as atividades de apoio na comercialização de produtos ou serviços, observando a legislação vigente, com responsabilidade e ética profissional.

### **3.2.2 Competências das Qualificações Profissionais**

#### **3.2.2.1 Qualificação Profissional Técnica de Gerente de Vendas**

- Reconhecer o funcionamento de uma organização, bem como identificar sua tipologia e o processo administrativo, assegurando uma visão sistêmica da administração;
- Identificar e interpretar as diretrizes do planejamento estratégico, do planejamento tático e do plano diretor aplicáveis à gestão organizacional;
- Interpretar resultados de estudos de mercado, econômicos ou tecnológicos, utilizando-os no processo de gestão;
- Relacionar-se com a equipe de trabalho com confiabilidade, respeitando as diferenças individuais, assim como evidenciar uma atitude cooperativa e comprometida, aplicando princípios éticos nas relações de trabalho;
- Operacionalizar os conceitos, ferramentas e métodos para implantação de um Programa de Gestão pela Qualidade, com o foco na otimização dos resultados, através de um sistema de gerenciamento por indicadores de desempenho;

- Organizar a logística da empresa, visando a oferecer um melhor serviço ao cliente e a atingir melhores resultados organizacional;
- Planejar e implementar o processo de vendas de produtos e/ou serviços, visando ao alcance dos objetivos organizacionais;
- Identificar oportunidades de negócio, analisando a viabilidade mercadológica, econômica e financeira, entendendo e atendendo às demandas de mercado.

### **3.2.2.2 Qualificação Profissional Técnica de Consultor de Vendas**

- Contribuir no desenvolvimento de estudos mercadológicos, para avaliação do comportamento do mercado consumidor e dos aspectos externos à empresa;
- Assessorar no desenvolvimento de inovações em produtos e serviços para atender as expectativas do mercado consumidor;
- Auxiliar no desenvolvimento do plano de vendas das organizações e implementar os programas e ações comerciais das empresas;
- Dominar as técnicas de vendas, atendimento e negociação para o desenvolvimento das atividades de venda e compras das organizações;
- Formatar o preço de venda de produtos e serviços, com vistas à sustentabilidade do negócio;
- Articular a preparação do ambiente de vendas dos distintos canais de marketing que uma organização poderá utilizar para dispor seus produtos/serviços ao mercado consumidor;
- Acompanhar o processo de comercialização e negociação, distribuição e armazenagem de produtos e serviços;
- Atuar na operacionalização do planejamento de recursos humanos, recursos financeiros, marketing, logística, qualidade, compras e comercialização.

### **3.2.2.3 Qualificação Profissional Técnica em Assistente de Comunicação**

- Apoiar a elaboração e realizar a implementação de um Plano de Marketing, a partir da análise de mercado, alinhado com as estratégias da empresa;
- Utilizar os canais de comunicação eletrônicos, considerando as estratégias da organização e políticas de privacidade;
- Planejar e implementar o processo de vendas de produtos e/ou serviços, visando ao alcance dos objetivos organizacionais;
- Oferecer suporte no planejamento e execução das atividades do plano de comunicação;
- Contribuir com estratégias e ações de comunicação/relacionamento com os públicos de interesse da organização, principalmente colaboradores e parceiros;
- Acompanhar as principais realizações institucionais e dos projetos sociais em execução com a finalidade de promover a divulgação;
- Contribuir para o desenvolvimento da organização, por meio de soluções, ideias e formatos inovadores de comunicação.

#### 4. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR DO CURSO

O Curso **Técnico em Vendas** está organizado em quatro (4) módulos, perfazendo um total de **820 (oitocentas e vinte)** horas. Os módulos devem ser cursados em totalidade, estando a sequência apresentada no itinerário do curso, de acordo com a disponibilidade de alunos. Com a conclusão dos quatro módulos, completa-se a habilitação profissional técnica de nível médio.

Os Módulos I II e III possuem terminalidade ocupacional, previstas no itinerário formativo do Eixo Tecnológico: Módulo I: **Qualificação Profissional Técnica de Gerente de Vendas**, com carga horária de 312 horas; Módulo II: **Qualificação Profissional Técnica de Consultor de Vendas**, com carga horária de 312 horas; Módulo III: **Qualificação Profissional Técnica em Assistente de Comunicação**, com carga horária de 156 horas; Módulo IV com carga horária de 40 horas.

##### 4.1 Matriz Curricular

<b>Módulo I - Qualificação Profissional Técnica de Gerente de Vendas</b>		
<b>Componente Curricular</b>	<b>Carga Horária</b>	<b>Nº de Aulas</b>
Técnicas Gerenciais e Liderança	40h	14
Administração de Vendas	40h	14
Administração de Compras	40h	14
Fundamentos de Logística	40h	14
Administração Financeira e Fiscal	40h	14
Gestão de Pessoas	40h	14
Gestão da Qualidade	36h	12
Planejamento Estratégico	36h	12
<b>Total</b>	<b>312h</b>	<b>108</b>

<b>Módulo II - Qualificação Profissional Técnica de Consultor de Vendas</b>		
<b>Componente Curricular</b>	<b>Carga Horária</b>	<b>Nº de Aulas</b>
Administração de Marketing	40h	14
Técnicas de Vendas e Atendimento	40h	14
Negociação	40h	14
Formação do Preço de Venda	40h	14
Matemática Comercial e Financeira	40h	14
Legislação Comercial	40h	14
Merchandising e Vitrinismo	36h	12
Empreendedorismo e Gestão de Carreira	36h	12
<b>Total</b>	<b>312h</b>	<b>108</b>

<b>Módulo III - Qualificação Profissional Técnica Assistente de Comunicação</b>		
<b>Componente Curricular</b>	<b>Carga Horária</b>	<b>Nº de Aulas</b>
Telemarketing	40h	14
Desinibição, Dicção e Oratória	40h	14
Redação Empresarial	40h	14
Comunicação Empresarial	36h	12
<b>Total</b>	<b>156h</b>	<b>54</b>

<b>Módulo IV</b>		
<b>Componente Curricular</b>	<b>Carga Horária</b>	<b>Nº de Aulas</b>
Metodologia de Trabalho Científico	20h	07
Trabalho de Conclusão de Curso	20h	00
<b>Total</b>	<b>40h</b>	<b>07</b>
<b>Carga Horária Total do Curso</b>	<b>820 Horas</b>	

#### 4.2 Valores e Atitudes

Os valores e atitudes relacionados abaixo são desenvolvidos durante todos os componentes curriculares do curso:

- Iniciativa;
- Foco no resultado;
- Responsabilidade;
- Comprometimento;
- Organização;
- Determinação;
- Presteza;
- Exigência de qualidade e eficiência;
- Planejamento e monitoramento sistemático;
- Respeito ao cliente;
- Valorização do trabalho em equipe;
- Cordialidade;
- Empatia;
- Curiosidade científica;
- Respeito e preservação do meio ambiente;
- Relacionamento Interpessoal;
- Conduta ética.

### 4.3 Componentes Curriculares

#### 4.3.1 Módulo I - Qualificação Profissional Técnica de Gerente de Vendas -312h

##### TÉCNICAS GERENCIAIS E LIDERANÇA

###### Competência:

- Desenvolver o perfil de liderança para a gestão de equipes de trabalho, considerando a adaptação contínua às mudanças exigidas pelo mercado.

###### Conhecimentos:

- Liderança: conceito e importância;
- Relações interpessoais;
- Liderança x negociação x estratégias: objetivos, metas, ideias e resultados;
- Os diferentes estilos de liderança;
- Planejamento de atividades, de reuniões e de ações facilitadoras para a inovação;
- O líder como promotor da mudança;
- Novos sistemas de trabalho e de coordenação;
- Adesão e mobilização de colaboradores para o processo de mudança;
- Resistências à mudança;
- Conceito de conflito;
- Comportamento pessoal e cultura organizacional;
- Mediação: definição e diferenciação com outros instrumentos de resolução de conflitos;
- Tipologia da mediação;
- Mediador: princípios éticos e postura;
- Comunicação: a facilitação de diálogos;
- Co-mediação e co-mediado;
- Como, quando e por que delegar;
- Tomada de decisão;
- A negociação na liderança;
- Desenvolvendo a confiança e a cooperação entre a Equipe;
- Motivando a equipe para a busca de resultados;
- Estratégias de ação.

###### Habilidades:

- Aplicar o conceito de liderança, reconhecendo a importância do desenvolvimento do perfil de liderança para atuação profissional;
- Utilizar estratégias adequadas às relações interpessoais em novos cenários;
- Utilizar diferentes técnicas de negociação nas mais diversas situações pessoais e profissionais;
- Aplicar estratégias de liderança na interação com diferentes pessoas: liderar, delegar, supervisionar, coordenar, controlar e motivar;
- Organizar diferentes tipos de reuniões de trabalho, apresentando os resultados para o grupo;

- Atuar no papel de líder como promotor de mudança;
- Apresentar sistemas de trabalho e de coordenação;
- Construir formas de obter a adesão dos colaboradores e mobilizá-los para o processo de mudança;
- Empregar a mediação como ferramenta na resolução de conflitos.

## **ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS**

### **Competência:**

- Planejar e implementar o processo de vendas de produtos ou serviços, visando ao alcance dos objetivos organizacionais.

### **Conhecimentos:**

- Funções administrativas: planejamento, organização, direção e controle;
- A importância das vendas;
- O departamento de venda e o marketing;
- Influências ambientais na atividade de vendas;
- Formas de organizar um departamento de vendas;
- Gerência de vendas: diretrizes, estilos de liderança do gerente de vendas, funções e tarefas do gerente de vendas;
- Requisitos para uma boa administração de vendas;
- Planejamento de vendas: definição de metas e objetivos, análise de demanda e técnicas de previsão de vendas;
- Organização e análise de vendas: elaboração e análise de curva ABC, elaboração e análise de gráficos de vendas, análise de sazonalidade de produtos;
- Vendas e distribuição;
- Organização da equipe de vendas;
- Determinação de quotas e potencial de vendas;
- Análise do modo de governança da força de vendas e plano de remuneração;
- Gestão de talentos em vendas: recrutamento, seleção, treinamento e motivação;
- Avaliação de vendedores;
- Controle de vendas: análise de desempenho de produtos, planilhas de controle, cálculo de participação de mercado, participação nas vendas da empresa;
- Administração de clientes e informações;
- Práticas profissionais integradoras.

### **Habilidades:**

- Aplicar as funções administrativas de vendas por meio de estratégias de comercialização, visando ao alcance de resultados, e metas organizacionais em benefício da Instituição;
- Elaborar planejamento de vendas e gerenciar a carteira de clientes;
- Conhecer e saber preparar uma equipe comercial adequada para diversos tipos de atuação e de mercados, visando a um melhor aproveitamento do tempo dos vendedores, bem como motivar e treinar a equipe a fim de alavancar maiores resultados e definir estratégias comerciais com maior assertividade.

## ADMINISTRAÇÃO DE COMPRAS

### Competência:

- Executar as atividades da área de compras com vistas às políticas de compra, avaliação e desenvolvimento de fornecedores da empresa, com ética e visão sistêmica.

### Conhecimentos:

- Conceitos na administração de compras e a sua importância nas organizações;
- A área de compras na empresa: origens e objetivos;
- Departamento de compras: as principais características e organização de compras;
- O papel do comprador: atribuições e responsabilidades da profissão;
- Tipos de compradores: de empresas atacadistas e varejistas; de empresas industriais; de órgãos públicos;
- As atividades fundamentais dos profissionais de compras: diretor, gerente, supervisor e comprador;
- Fatores principais nas decisões de compras;
- Planejamento e Programação de Compras: plano de Compras e programação de compras;
- Integração vertical: o que é; vantagens e desvantagens;
- Gerência de suprimentos
- Gerenciamento de estoque: objetivos de estoques, avaliação de estoques, técnicas de previsão de estoques, classificação de materiais, custo de renovação de estoque, níveis de estoque, sistemas de gestão de estoques, logística de materiais, estoque de segurança ou estoque mínimo e métricas de estoque;
- Tipos de compras; contratação direta e licitação;
- Seleção, desenvolvimento e avaliação de fornecedores;
- Fases de seleção dos fornecedores;
- As vantagens e desvantagens de comprar de um intermediário;
- Tipos de intermediários: atacadista, representante, distribuidor, etc.;
- Performance do fornecedor, Compras JIT (Just intime) e alianças com fornecedores;
- Gerência de suprimentos;
- Classificação ABC;
- Lote econômico de compra e requisição de compras;
- Os métodos de pedido de compras para o fornecedor;
- O processo de cotação;
- Cumprimento do prazo de entrega do fornecedor;
- As tendências de uso de novas tecnologias em compras.

### Habilidades:

- Compreender a estrutura e funcionamento da área de compras, conhecendo seus objetivos, políticas e inter-relações com o ambiente da empresa;
- Identificar os serviços relativos à área de compras;
- Identificar o papel e as atribuições profissionais do Comprador;

- Desenvolver habilidades para seleção, desenvolvimento e avaliação de fornecedores;
- Utilizar técnicas de previsão de estoques como meio de auxílio aos processos de reposição de mercadorias;
- Classificar os materiais, visando à organização e a otimização dos processos de estoques;
- Reconhecer os sistemas de gestão de estoques;
- Reconhecer a aplicabilidade da logística na sua relação com a área de compras.

## **FUNDAMENTOS DE LOGÍSTICA**

### **Competência:**

- Organizar a logística da empresa, visando a oferecer melhor serviços ao cliente e a atingir melhores resultados organizacionais.

### **Conhecimentos:**

- Conceitos de logística;
- Canais de distribuição;
- Administração do Transporte;
- Armazenagem e localização de instalações;
- Gestão de estoques;
- Previsão de vendas;
- Custos logísticos;
- Organização logística: avaliação, desenvolvimento e implementação de parcerias.

### **Habilidades:**

- Identificar os canais de distribuição, reconhecendo seus benefícios;
- Administrar o transporte, armazenagem e estoques;
- Realizar a previsão de vendas com vistas a atender a demanda;
- Analisar custos identificando as melhores alternativas;
- Organizar a logística da empresa.

## **ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E FISCAL**

### **Competência:**

- Executar as atividades de apoio administrativo, financeiro e fiscal, observando a legislação vigente, com responsabilidade e ética profissional.

### **Conhecimentos:**

- Principais tributos em espécie, Imposto de Renda, Contribuição Social sobre o Lucro, PIS/COFINS, Imposto sobre Produtos Industrializados, Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicações, Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza.
- Escrituração: livro caixa, livros fiscais (livros de entradas, livros de saída, apuração ICMS, apuração IPI, Livro ISSQN);

- Apuração de impostos e obrigações acessórias;
- Cálculo e preenchimento das guias de recolhimento de impostos;
- Gerenciamento do fluxo de caixa;
- Processos de contas a pagar e receber: fluxo de caixa, tipos de negociação de duplicatas, tipos de cobrança, movimentação das contas bancárias: programação e análise;
- Gerenciamento de capital;
- Patrimônio: bens, direitos e obrigações;
- Informações financeiras: indicadores, inflação e deflação;
- Planejamento financeiro: análise, demonstrativos, ponto de equilíbrio e processos de controle;
- Capital de giro: administração, necessidades, variações;
- Aplicação e captação de recursos;
- Custos, vendas, receita e lucro: terminologia, receita e preço de vendas, ponto de equilíbrio comercial, ponto de venda desejado, determinação do ponto de venda;
- Processos de compra e controle de estoque;
- Processos de controle patrimonial.

#### **Habilidades:**

- Diferenciar os tributos aplicáveis aos segmentos de atividades;
- Aplicar critérios legais integrados ao segmento de atividade.
- Identificar e escriturar os documentos para a apuração dos impostos;
- Calcular os tributos devidos, observando a legislação vigente;
- Controlar os prazos de recebimento e pagamento, efetuando sua programação e análises respectivas.
- Definir patrimônio, identificando bens, direitos e obrigações;
- Identificar as informações financeiras: indicadores, inflação e deflação;
- Organizar o planejamento financeiro a partir de análises, demonstrativos, ponto de equilíbrio e processos de controle;
- Aplicar regras de gerenciamento de fluxo de caixa e capital de giro;
- Realizar cálculos financeiros, analisando a realidade em que a empresa está inserida;
- Utilizar adequadamente os conceitos de custos, vendas, receita e lucro;
- Aplicar estratégias de gestão financeira, oportunizando análise e acompanhamento da saúde financeira da empresa.
- Executar atividades de aquisição de produtos, materiais e serviços;
- Executar os processos de controle patrimonial.

#### **GESTÃO DE PESSOAS**

##### **Competência:**

- Planejar, aplicar e avaliar a gestão de pessoas nas organizações, analisando os processos inerentes à área, integrando essas ações às estratégias e à cultura organizacional.

##### **Conhecimentos:**

- O gerenciamento de pessoas;

- Conceito de gestão de pessoas;
- Qualidade de vida no trabalho;
- Cultura, clima e mudança organizacional;
- Planos, políticas e filosofias de RH;
- Modelos de gestão: gestão por competências, gestão por resultados, dentre outros;
- Planejamento do processo de avaliação de desempenho;
- Técnicas de avaliação de desempenho e produtividade;
- Avaliação por resultados; Avaliação por competências; Avaliação 360 graus;
- Estratégias Organizacionais;
- Alinhamento das políticas de RH às estratégias da organização;
- Planejamento estratégico em RH;
- Terceirização de RH;
- Processos motivacionais;
- Liderança X motivação;
- Processo de integração de novos colaboradores;
- Processos de avaliação de desempenho;
- Retenção de talentos;
- Processos de sucessão familiar;
- Tendências em Recursos Humanos.

#### **Habilidades:**

- Identificar as transformações no ambiente organizacional e os desafios que afetam a gestão de pessoas no contexto atual;
- Contribuir para o gerenciamento de pessoas em um ambiente dinâmico e competitivo;
- Promover ações para melhoria da qualidade de vida no trabalho;
- Identificar processos e instrumentos de planejamento de recursos humanos, aplicando-os em situações concretas;
- Analisar situações-problema e propor melhorias de resultados organizacionais, identificando políticas de gestão de pessoas;
- Implantar modelos de RH, levando em conta questões como estrutura e cultura organizacional;
- Identificar e facilitar o desenvolvimento de potenciais dos indivíduos e das equipes;
- Organizar e registrar as avaliações de desempenho dos colaboradores.
- Integrar, gerenciar e liderar equipes;
- Contribuir nos processos grupais na formação e no desenvolvimento de lideranças;
- Distinguir as novas formas de trabalho e de geração de renda: terceirização, cooperativas de trabalho, economia solidária, terceiro setor;
- Realizar as funções pertinentes à gestão de pessoas de forma ética.

#### **GESTÃO DA QUALIDADE**

##### **Competência:**

- Propor, implantar e operacionalizar os processos de melhoria contínua embasados no referencial teórico da Gestão da Qualidade, alinhando com a realidade e objetivo de cada organização considerando a ética profissional, bem como a visão sistêmica.

**Conhecimentos:**

- Conceitos básicos da Qualidade;
- Qualidade em Prestação de serviços;
- Qualidade Total;
- Ciclo PDCA;
- Ferramentas da qualidade;
- Programas voltados à Qualidade.

**Habilidades:**

- Utilizar os fundamentos da qualidade no sistema de gestão da empresa;
- Usar tecnologia e metodologia da qualidade para a prestação de serviços de qualidade;
- Identificar um modelo de programa de qualidade apropriado ao tipo de negócio.

**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO****Competência:**

- Compreender e estruturar um planejamento estratégico, contemplando cada etapa do processo.

**Conhecimentos:**

- Conceitos de estratégia empresarial;
- Conceito de planejamento Estratégico;
- Relações da empresa com cenários e ambientes: pontos fortes e pontos fracos;
- Análise ambiental externa;
- Ameaças e oportunidades;
- Diretrizes organizacionais: visão, missão, valores e princípios.
- Vantagem competitiva;
- Estratégias e objetivos organizacionais;
- Plano de ação;
- Operacionalização do Planejamento Estratégico;
- Avaliações periódicas do planejamento estratégico.

**Habilidades:**

- Conhecer e analisar as estratégias de concorrência;
- Desdobrar as diretrizes e metas organizacionais;
- Definir as aplicações do planejamento estratégico nas organizações;
- Identificar o negócio e a missão definidos pela organização;
- Analisar o ambiente interno e externo da organização;
- Formular estratégias e objetivos organizacionais identificados com a missão e o negócio da empresa;
- Elaborar planos de ação e orçamentos relacionados ao planejamento estratégico estabelecido;

- Monitorar os resultados do planejamento estratégico por meio de avaliações periódicas, corrigindo situações que se façam necessárias.

#### **4.3.2 Módulo II - Qualificação Profissional Técnica de Consultor de Vendas - 312h**

##### **ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING**

###### **Competência:**

- Apoiar a elaboração e realizar a implementação de um Plano de Marketing, a partir da análise de mercado, alinhado com as estratégias da empresa.

###### **Conhecimentos:**

- Conceitos e ferramentas de Marketing;
- Análise SWOT;
- Análise de Mercado: necessidades e tendências, comportamento de compra e concorrência;
- Segmentação de Mercado e Posicionamento;
- Plano de Marketing;
- Comunicação Integrada de Marketing.

###### **Habilidades:**

- Utilizar as ferramentas de Marketing;
- Analisar as forças e fraquezas das organizações;
- Analisar as oportunidades e ameaças do mercado relacionadas à área de atuação da empresa;
- Orientar produtos e serviços para posicionamento de mercado;
- Contribuir na construção de planos de Marketing;
- Definir canais de comunicação adequados ao público-alvo.

##### **TÉCNICAS DE VENDAS E ATENDIMENTO**

###### **Competência:**

- Realizar a venda de produtos e serviços, prospectando, negociando e atendendo às necessidades dos clientes.
- Atender o cliente na comercialização de produtos ou serviços, com iniciativa, organização e ética.

###### **Conhecimentos:**

- Tipologia de clientes;
- Perfil e atribuições do profissional de vendas;
- Fases da venda;
- Técnicas de vendas: prospecção, preparação, planejamento, abordagem, demonstração, fechamento, objeções e confirmação;

- Planejamento de vendas;
- Relatórios comerciais;
- Perfil do profissional de atendimento;
- O processo de comunicação: níveis, componentes e interferências;
- Solução de problemas de clientes e habilidades de negociação;
- Cliente Interno e cliente externo;
- Padrões de atendimento, procedimentos internos, avaliação de desempenho e aperfeiçoamento contínuo;
- Satisfação do Cliente;
- Manutenção e fidelização de clientes.

#### **Habilidades:**

- Identificar as necessidades e tendências do mercado varejista, reconhecendo o perfil do profissional de vendas e suas possibilidades de empregabilidade;
- Identificar os diversos perfis de clientes;
- Aplicar técnicas de vendas adequadas a cada situação, identificando suas fases;
- Preencher relatórios de acompanhamento de vendas, visitas, concorrência, sugestões de clientes;
- Distinguir as fases da venda, identificando as possibilidades de manutenção e fidelização dos clientes;
- Elaborar o plano de ação de vendas, estabelecendo roteiro para realização de visitas;;
- Aplicar técnicas de atendimento adequadas a cada situação, por meio da identificação de tipologia do cliente;
- Atender o cliente interno e externo da organização, identificando suas necessidades e orientando-o para a resolução;
- Mensurar a satisfação do cliente, visando à fidelização de clientes;
- Realizar o pós-venda, visando à fidelização de clientes;
- Aplicar os princípios éticos e de preservação ambiental no ambiente do trabalho.

## **NEGOCIAÇÃO**

#### **Competência:**

- Realizar negociação com clientes e fornecedores, considerando as técnicas.

#### **Conhecimentos:**

- Princípios e Conceitos de Negociação;
- Processo e etapas da negociação;
- A estrutura da negociação;
- Técnicas de negociação;
- Dinâmicas de negociação;
- Estilos de negociação;
- Tipos de negociadores;
- Conflitos e objeções nos processos de negociação;
- Negociação como método de resolução de conflitos;

- A compreensão do conflito;
- Estratégias de negociação;
- Desenvolvimento de uma estratégia de negociação;
- Barreiras à negociação;
- Persuasão, ética e empatia.

**Habilidades:**

- Identificar os princípios e conceitos de negociação;
- Atuar em situações que envolvam o processo de tomada de decisão;
- Desenvolver as etapas da negociação visando à otimização dos resultados;
- Distinguir os estilos de negociação, aplicando-os conforme cada situação vivenciada;
- Administrar os conflitos e objeções existentes nas relações de negociação, utilizando a persuasão e a ética;
- Utilizar a empatia no desenvolvimento de uma negociação, visando à satisfação das partes envolvidas no processo.
- Aplicar os princípios éticos e de preservação ambiental no ambiente do trabalho.

**FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA**

**Competência:**

- Determinar o preço de vendas dos produtos e serviços, identificando custos, despesas diretas, indiretas, observando a margem de lucro possível de acordo com o mercado, com ética, responsabilidade e honestidade.

**Conhecimentos:**

- Sistemas de Custos;
- Componentes Estruturais de Custos;
- Custo do capital e custos financeiros;
- Conceituação de custos e despesas;
- Custos diretos e indiretos;
- Custos fixos e variáveis;
- Métodos de custeio;
- Margem de contribuição, margem de segurança e margem de competitividade;
- Lucratividade;
- Ponto de Equilíbrio.

**Habilidades:**

- Distinguir custo do capital de custos financeiros;
- Identificar gastos, despesas e custos;
- Distinguir custos diretos, indiretos;
- Reconhecer os diferentes métodos de custeio;
- Gerenciar a margem de contribuição;
- Definir e analisar as margens de lucros de produtos e serviços;

- Calcular o preço de venda de produtos e serviços, determinando o ponto de equilíbrio.
- Reconhecer o ciclo de vida de produtos e estrutura de mercado.

## **MATEMÁTICA COMERCIAL E FINANCEIRA**

### **Competência:**

- Utilizar cálculos financeiros aplicados ao varejo, adequando-os ao ambiente de trabalho, sendo um apoio na comercialização de produtos e serviços, demonstrando iniciativa, responsabilidade e ética.

### **Conhecimentos:**

- Cálculos matemáticos: razão, proporção, média aritmética simples e ponderada, grandezas inversamente proporcionais, regra de três simples, porcentagem;
- Taxa de juros;
- Juros simples e compostos;
- Descontos simples e compostos;
- Conversão de taxa de desconto em taxa de juros e vice-versa;
- Equivalência de capitais;
- Série uniforme de pagamentos;
- Sistemas de amortização de dívidas.
- Mark-up e preço final;
- Noções de fluxo de caixa;
- Taxa efetiva e taxa nominal;
- Noções de margem de contribuição;
- Montagem de tabela de coeficiente/fator;
- Utilização de calculadoras financeiras.

### **Habilidades:**

- Efetuar cálculos financeiros referentes às rotinas varejistas;
- Aplicar cálculos financeiros em situações de negociação comercial, conforme identificação de cada caso;
- Aplicar e articular os princípios de cálculos financeiros em calculadoras;
- Efetuar cálculos com razões iguais;
- Solucionar problemas, aplicando a propriedade fundamental das proporções;
- Aplicar regras de três simples na solução de problemas do cotidiano;
- Solucionar problemas de porcentagem;
- Efetuar cálculos com juros simples, compostos e descontos;
- Identificar o processo de formação e a finalidade de utilização do mark-up;
- Elaborar planilhas eletrônicas com base nas fórmulas comerciais e financeiras.

## **LEGISLAÇÃO COMERCIAL**

### **Competência:**

- Conduzir relações de consumo, observando a legislação aplicável, com responsabilidade e ética profissional.

### **Conhecimentos:**

- Código de Defesa do Consumidor;
- Noções Introdutórias ao Direito do Consumidor: conceitos de consumidor, fornecedor e formação da relação de consumo;
- Princípios fundamentais das relações de consumo;
- A relação de consumo: consumidor, fornecedor, produto e serviço;
- Direitos básicos dos consumidores e princípios fundamentais;
- Sistemas de responsabilidade nas relações de consumo;
- Da qualidade dos produtos e serviços e a proteção do consumidor;
- A proteção contratual no Código de Defesa do Consumidor;
- O acesso à justiça e o Código de Defesa do Consumidor;
- Práticas comerciais;
- Publicidade e práticas abusivas;
- Aspectos fundamentais da proteção contratual;
- Contratos: conceito, cláusulas necessárias e os contratos de adesão;
- Sanções administrativas;
- Tutela judicial do consumidor - aspectos individuais e coletivos;
- Empresas e empresários: teoria da empresa, perfis da empresa, empresários;
- Registro de Marcas e Patentes;
- Registro de domínios na internet;
- Lei nº 8.666/93: institui normas para licitação e contratos na Administração Pública.
- Lei nº 8.883/94: altera dispositivos da Lei nº 8.666/93.
- Lei nº 10.520/2002: institui a modalidade de licitação denominada pregão eletrônico.
- Leis e decretos pertinentes.
- Direito Empresarial.

### **Habilidades:**

- Identificar direitos básicos do consumidor e regras atinentes às práticas comerciais, de modo a evitar um planejamento de marketing fora dos padrões legais.
- Reconhecer o papel dos atores da relação de consumo, compreendendo seus direitos e deveres antes, durante e após a venda.
- Reconhecer os impactos da legislação nas relações empresariais, de fornecimento, financeiras e de venda.
- Identificar as legislações pertinentes à área de compras e vendas.
- Analisar as melhores condições comerciais com transparência, sigilo profissional e discrição.

### **MERCHANDISING E VITRINISMO**

#### **Competência:**

- Aplicar as ferramentas promocionais do marketing no contexto do varejo, com base em estudo do comportamento do consumidor, e identificar as mercadorias que devem ser comercializadas, com respeito e cordialidade.

- Aplicar técnicas de vitrine, de forma criativa, para despertar interesse nos consumidores e trazê-los para o ponto-de-venda e influenciando, favoravelmente, o processo de decisão de compra.

#### **Conhecimentos:**

- Conceito de Merchandising;
- O papel do merchandising na venda dos produtos e serviços;
- O processo de decisão do consumidor no ponto de venda;
- Hábitos de compras e comportamento do consumidor no ponto-de-venda;
- Merchandising: otimizando o layout no ponto-de-venda.
- Técnicas de merchandising e precificação;
- Técnicas para exposição dos produtos;
- Ponto de venda: identificação e funcionalidade;
- Peculiaridades na exposição comercial;
- Mercadorias para comercialização, conforme o período/época;
- Contextualização do Vitrinismo dentro do marketing e do merchandising;
- Vitrinismo: evolução e comunicação visual;
- Vitrinismo: concepção, organização, produção e execução de vitrines.
- Estudos dos elementos de composição luz e cor no espaço de vitrina;
- A importância da aplicação de cor e luz;
- Cor, iluminação, percepção visual e posicionamento do produto, composição de espaço;
- Tipos de vitrina promocionais;
- Planejamento promocional de vitrina: relação estética e comercialização de produtos;
- Técnicas de exposição de mercadorias;
- Criação e a execução de vitrina.

#### **Habilidades:**

- Planejar ações de prospecção de mercado, reconhecendo os fatores que influenciam a decisão de compra do cliente;
- Planejar e organizar o layout de espaços físicos, utilizando instrumentos de merchandising;
- Dispor material promocional nos espaços físicos, visando à prospecção de clientes;
- Utilizar adequadamente os diversos tipos de layout do ponto de venda.
- Reconhecer os pontos de venda;
- Identificar a importância da correta exposição dos produtos;
- Identificar as mercadorias conforme a época do ano;
- Reconhecer o comportamento do consumidor;
- Reconhecer nas técnicas de vitrina a forma de despertar o interesse do consumidor;
- Utilizar a linguagem estética na composição dos elementos para a vitrina;
- Demonstrar iniciativa, criatividade, comprometimento e responsabilidade;
- Identificar e classificar os diferentes tipos de resíduos descartados no ambiente profissional, recicláveis ou não, separando-os de forma adequada.

## **EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE CARREIRA**

### **Competências:**

- Elaborar plano de negócios, de acordo com a legislação vigente, a partir da identificação de oportunidades de mercado.
- Gerir seu planejamento de carreira, empregando técnicas de marketing pessoal, atraindo e mantendo contatos e relacionamentos profissionais, a fim de obter os melhores resultados em seu plano de ação profissional.

### **Conhecimentos:**

- Cenário atual no mundo do trabalho;
- Perfil do empreendedor;
- Criatividade e Inovação;
- Plano de Negócios;
- Regulamentação para abertura de empresas.
- Elaboração de currículo;
- Comportamento em entrevista de emprego;
- Estratégias de Marketing Pessoal no Trabalho;
- Administração do tempo;
- Plano de ação profissional;
- Networking.

### **Habilidades:**

- Identificar oportunidades de mercado;
- Criar novas soluções para demandas de mercado; Planejar a abertura de novos negócios;
- Comportar-se adequadamente em entrevistas de emprego;
- Elaborar currículo profissional;
- Aplicar técnicas de marketing pessoal em sua rotina diária;
- Gerir seu planejamento de carreira.

### **4.3.3 Módulo III - Qualificação Profissional Técnica em Assistente Comunicação - 156h**

#### **TELEMARKETING**

##### **Competência:**

- Realizar telemarketing como meio de manter um canal de comunicação com clientes.

##### **Conhecimentos:**

- Princípios, funções e conceitos do telemarketing;
- Telemarketing ativo e receptivo;
- Elementos básicos do processo de comunicação;
- Técnicas de atendimento ao telefone;
- Fases da elaboração do roteiro de telemarketing;
- Elaboração do roteiro: introdução, sondagem das necessidades, exposição e fechamento;

- A terceirização do telemarketing.

**Habilidades:**

- Identificar os princípios, funções e conceitos do telemarketing;
- Elaborar roteiros de telemarketing ativo;
- Identificar os processos do telemarketing receptivo;
- Conhecer as ferramentas de marketing direto;
- Realizar a comunicação por telefone, utilizando entonação correta e identificando os agentes facilitadores e dificultadores da comunicação;
- Elaborar o desenvolvimento de script de telemarketing;
- Elaborar estratégias de venda ao telefone, identificando suas etapas;
- Identificar e aplicar as habilidades essenciais da supervisão em telemarketing.

**DESINIBIÇÃO, DICÇÃO E ORATÓRIA****Competência:**

- Apresentar postura, entonação e dicção adequadas para o contato com o cliente, estabelecendo uma comunicação clara e cordial.

**Conhecimentos:**

- Aparelho fonador: função;
- Produção dos fonemas, classificação e falhas mais comuns na utilização;
- Respiração: respiração diafragmática, respiração e dicção, aproveitamento do ar e prolongamento da expiração;
- Relaxamento físico e mental: atitude mental positiva e tensões;
- Técnicas para eliminação de tensão;
- Impostação da voz;
- Técnica dos ressonadores para ampliar a intensidade da voz;
- Técnica de articulação e emissão de vogais e consoantes;
- Qualidade de voz: intensidade, ritmo, timbre, extensão e altura;
- Pontuação oral e leitura expressiva;
- Comunicação verbal e não-verbal;
- Criatividade para desenvolvimento da arte de falar em público;
- Microfone: manipulação e adequação;
- Recursos e técnicas para montagem de palestras;
- Fatores de inibição, controle das emoções, postura e gesticulação;
- Princípios básicos da expressão verbal: voz, vocabulário e expressão corporal;
- Técnicas de fala de improviso: com ou sem roteiro;
- Técnica do assunto paralelo na fala de improviso;
- Expressão não-verbal: gestual, postura, expressão facial e expressão corporal.

**Habilidades:**

- Reconhecer as funções do aparelho fonador;

- Reconhecer e utilizar técnicas de respiração para adequada entonação da voz;
- Utilizar adequadamente os princípios de relaxamento físico e mental;
- Utilizar corretamente as técnicas de impostação e intensificação da voz, para uma adequada dicção e pronúncia, emitindo com clareza vogais e consoantes;
- Realizar adequadamente a comunicação verbal e não-verbal;
- Utilizar técnicas de expressão corporal na postura e domínio da gesticulação, no uso correto dos recursos do microfone e ao falar em público;
- Aplicar técnicas de expressão facial adequadas aos diferentes contextos de apresentação, de improviso, com ou sem uso do roteiro;
- Utilizar a técnica do assunto paralelo na fala de improviso;
- Elaborar uma palestra clara e concisa.

## **REDAÇÃO EMPRESARIAL**

### **Competência:**

- Redigir correspondências e documentos organizacionais dentro das normas que regem, de forma objetiva e clara.

### **Conhecimentos:**

- Interpretação e Classificação dos tipos de documentos: atas, memorando, relatório, contratos, ofícios, carta comercial, circular, correspondência eletrônica, carta de cobrança, procuração, atestado, convocação, entre outros relativos às áreas administrativas;
- Interpretação de textos e documentos;
- Elaboração de documentos técnicos;
- Noções Gramaticais: Uso dos porquês, homônimos e parônimos, abreviaturas e siglas, pontuação, acentuação, pronomes de tratamento, colocação pronominal, concordância verbal e nominal, regência verbal, nominal e crase, gerundismo, pleonasmo e ambiguidade;

### **Habilidades:**

- Identificar os documentos dos processos administrativos;
- Redigir documentos de acordo com as solicitações utilizando sistemas informatizados;
- Ler e interpretar textos e documentos;
- Introdução à gramática, conceito de pontuação, sinais de pontuação, crase, regras de acentuação gráfica.

## **COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL**

### **Competência:**

- Expressar-se de forma verbal e não verbal e usar diversas tipologias textuais gramaticalmente corretas, utilizando os canais de comunicação adequados para cada situação.

**Conhecimentos:**

- Comunicação verbal e não verbal;
- Feedback;
- Técnicas de comunicação e desinibição;
- Recursos e técnicas para montagem de palestras;
- Interpretação e lógica textual;
- Textos técnicos: redação empresarial e textos informativos;
- Noções de normas técnicas da ABNT.

**Habilidades:**

- Utilizar eficientemente os canais de comunicação formal e informal;
- Aplicar as tecnologias de comunicação e da informação nas ações de comunicação empresarial;
- Utilizar adequadamente e de maneira clara a linguagem verbal e não verbal;
- Aplicar técnicas de entonação e dicção adequadas ao contato com o cliente interno e externo da organização.

**4.3.4 Módulo IV - 40h****METODOLOGIA DE TRABALHO CIENTÍFICO****Competência:**

- Elaborar projeto de pesquisa na sua área de atuação, baseando-se em regras técnicas e na aplicabilidade da sua região;
- Realizar pesquisas com embasamento na metodologia científica, conferindo a veracidade das hipóteses levantadas no projeto de pesquisa.

**Conhecimentos:**

- Conceituação de pesquisa científica;
- Metodologias de pesquisa;
- Instrumentos de coleta de dados;
- Análise de dados;
- Elaboração de projetos de pesquisa;
- Redação de relatórios de pesquisa: normas técnicas;
- Apresentação e divulgação de resultados.

**Habilidades:**

- Identificar as diferentes metodologias de pesquisa e suas aplicabilidades;
- Realizar análise de dados;
- Elaborar projetos de pesquisa;
- Redigir relatórios de pesquisa, atendendo aos requisitos normativos;
- Apresentar e divulgar os relatórios de pesquisa junto às partes interessadas.

## **TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

O Trabalho de Conclusão de Curso - TCC constitui-se numa atividade acadêmica de sistematização do conhecimento sobre um objeto de estudo pertinente à área de formação profissional, desenvolvida mediante orientação, controle e avaliação docente, cuja exigência é requisito essencial e obrigatório para obtenção do diploma de técnico.

A orientação dos trabalhos entendida como processo de acompanhamento didático pedagógico, será de responsabilidade de todos os docentes da habilitação, cabendo aos docentes responsáveis pelos componentes curriculares específicos do TCC a promoção da articulação e da integração dos demais componentes disciplinares.

O desenvolvimento do TCC pautar-se-á em pressupostos interdisciplinares, podendo exprimir-se por meio de um trabalho escrito ou de uma proposta de projeto, cuja temática a ser abordada deverá estar contida no âmbito das atribuições do perfil profissional de conclusão do curso.

A avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso deverá considerar a pertinência e atualidade do tema, a viabilidade técnica e econômica da proposta, o cumprimento do cronograma proposto e a formatação do trabalho. O aluno será considerado concluinte do curso técnico quando cumprir todas as etapas supracitadas e obtiver aprovação em todos os componentes Curriculares.

## **5 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIA ANTERIORES**

Os conhecimentos anteriormente adquiridos pelos alunos podem ser avaliados para aproveitamento de estudos, integralmente ou em partes, nos termos da legislação vigente.

Para o aproveitamento de estudos é necessário que o aluno encaminhe o histórico escolar e o currículo com os componentes curriculares e os respectivos conhecimentos, sendo imprescindível que nesses documentos estejam claros a carga horária e o resultado de avaliação do componente curricular.

A análise da documentação do aluno é de responsabilidade do Pedagogo, contando com a colaboração dos professores dos respectivos componentes curriculares. Cursos feitos há mais de cinco anos, ou cursos de Formação Inicial e Continuada, cursados em escolas técnicas, instituições especializadas em Educação Profissional, entidades sindicais e empresas, e conhecimentos adquiridos no trabalho também podem ser aproveitados, mediante avaliação.

Para os alunos egressos dos cursos técnicos de escolas devidamente autorizadas, faz-se a análise do currículo, e esta indica a necessidade ou não de uma avaliação dos conhecimentos referentes aos componentes curriculares do módulo, para que estes sejam aproveitados.

A avaliação dos conhecimentos anteriormente adquiridos no Ensino Médio, no trabalho ou por outros meios informais, é feita através de prova escrita ou demonstração de competências exigidas para o domínio dos correspondentes componentes curriculares do(s) módulo(s) a que se referem por uma Equipe Pedagógica.

## 6 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

A avaliação da aprendizagem é um processo contínuo, cumulativo, de caráter participativo e formativo, além de ter função diagnóstica, prognóstica e investigativa, cujas informações propiciam o redirecionamento da ação pedagógica e educativa, no sentido de avançar produtivamente em seu projeto ensino-aprendizagem. A avaliação é realizada em todos os momentos do processo de aprendizagem, oportunizando a recuperação, ao longo das atividades.

Para cada componente curricular são organizados instrumentos e estratégias de avaliação com a finalidade de realizar investigação e traçar novas oportunidades no processo de aprendizagem. A avaliação de competências é um processo de coleta de evidências das aprendizagens dos alunos, expressas por meio da mobilização de seus conhecimentos, habilidades e atitudes, e terá como princípio a essencialidade, isto é, a relevância desses conhecimentos, habilidades e atitudes para a construção e desenvolvimento das competências requeridas pelo respectivo plano de curso.

O resultado do processo de avaliação é expresso com as seguintes menções:

A – Quando o aluno evidenciou com excelência a apropriação das competências propostas e demonstra total comprometimento com a assiduidade, participação, pontualidade/qualidade na entrega dos trabalhos; apresenta atitudes que se destacam nos aspectos referentes ao relacionamento interpessoal, a habilidade de trabalhar em grupo, negociar/administrar conflitos, criatividade e liderança, superando as competências exigidas no componente curricular.

B – Quando o aluno evidenciou a apropriação das competências propostas, demonstra assiduidade, participação, pontualidade na entrega dos trabalhos no componente curricular.

C – Quando o aluno evidenciou, no mínimo, a apropriação das competências relevantes exigidas no componente curricular.

D – Quando o aluno não apropriou as competências previstas no componente curricular.

A Recuperação, parte integrante do processo de construção de conhecimento é contínua e realizada concomitantemente com o desenvolvimento dos componentes curriculares. Cabendo ao professor a criação de novas situações de aprendizagem ao longo do processo a fim de refletir novos resultados em avaliações posteriores.

É considerado aprovado, após os estudos de recuperação, o aluno que obtiver as menções A, B e C. O aluno que obtiver menção D em um ou mais componentes curriculares será considerado reprovado no componente e no módulo, podendo cursar de forma concomitante o módulo seguinte e o (s) componente (s) nos quais não obteve êxito.

As atividades dos Cursos de Educação Profissionalizante são presenciais, exigindo-se assim, a frequência mínima de 75% de presença do total de horas desenvolvidas, para fins de aprovação. A frequência mínima se exige como pré-requisito geral para aprovação, uma vez

que consiste em condição para que a aprendizagem aconteça, através da efetiva participação nas atividades escolares programadas.

## 7 INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS E BIBLIOTECA

A escola dispõe das seguintes instalações necessárias para a realização do curso:

- Sala de professores equipada com mesas, cadeiras, sofá, computador, televisão, armários e mural;
- Sala para Coordenação Pedagógica contendo computador, mesa, cadeira, mural, armário e arquivos;
- Sala de Direção com computador, mesa, cadeiras, mural, armário e arquivo;
- Secretaria equipada com computador, mesa, cadeiras, mural, armários, arquivos, estante, telefone, impressora, aparelho de som e fotocopadora;
- Salas de aula equipadas com quadro branco, canetas para quadro e com os recursos tecnológicos disponíveis: data show, computador ou notebook, televisor e DVD player;
- Laboratório de informática com softwares específicos, contendo computadores ligados em rede e na Internet, mesas, cadeiras e impressora, quadro branco, canetas para quadro e data show.
- Biblioteca com acervo específico e atualizado.

### 7.1 Acervo Específico Bibliográfico

#### Componente Curricular: Técnicas Gerenciais e Liderança

Bibliografia Básica:

- BORNHOLDT, Werner. **Orquestrando empresas vencedoras**. Editora Campos. Rio de Janeiro, 1997
- HAMMER, Michael. **A agenda**. 2ª edição. Editora Campos. Rio de Janeiro, 2001
- HARDINGHAM, Alison. **Trabalho em Equipe**. Editora Nobel. São Paulo, 2000.
- NALINI, José Renato. **Ética Geral e Profissional**. Revista dos Tribunais. 2013

Bibliografia Complementar:

- CANDELORO, Raul; ALMEIDA, Sergio. **Correndo para o abraço**. 15ª edição. Editora Casa da Qualidade. Salvador, 2002

#### Componente Curricular: Administração de Vendas

Bibliografia Básica:

- CASTRO, Luciano Thomé e; NEVES, Marcos Fava. **Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2008
- COBRA, Marcos. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas, 2009
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas, 2009
- NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thome e. **Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão**. São Paulo: Atlas, 2005

Bibliografia Complementar:

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

Componente Curricular: Administração de Compras

Bibliografia Básica:

- DIAS, Marcos Aurelio P. **Administração de materiais – uma abordagem logística**. 4ª edição. Editora Atlas. São Paulo, 1993.
- JONES, David. **Compras: Princípios e Administração**. Editora Atlas, 2010
- JUNIOR, Sebastião de Almeida; SOUZA, Maria Carolina A. F de. **Gestão de Compras**. Editora Qualitymark. 2012
- MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, Paulo Renato Campos. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

Bibliografia Complementar:

- ARNOLD, J. R. Tony. **Administração de Materiais**. Editora Atlas. 1999

Componente Curricular: Fundamentos de Logística

Bibliografia Básica:

- ARBACHE, Fernando Saba Et al. **Gestão de logística, distribuição e trade marketing**. 3. ed. São Paulo: FGV, 2008
- BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva. 2009.
- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2009
- FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati (Org.). **Logística empresarial: a perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2009

#### Bibliografia Complementar:

- CHING, Hong Yuh. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada**. São Paulo: Atlas, 2008

#### Componente Curricular: Administração Financeira e Fiscal

##### Bibliografia Básica:

- COELHO, Fabiano Simões. **Formação estratégica de precificação: como maximizar o resultado das empresas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009
- GOMES, Carlos Roberto. **Contabilidade Básica**. Editora Viena. São Paulo, 2002
- HALFELD, Mauro. **Investimentos: Como administrar melhor seu dinheiro**. Editora fundamentos. São Paulo, 2001
- LEITE, Helio de Paula. **Contabilidade para administradores**. Editora Atlas. São Paulo, 1997.

##### Bibliografia Complementar:

- BEULKE, Rolando; BERTÓ, Dalvio José. **Precificação: igual sinergia do marketing + finanças**. São Paulo: Saraiva, 2009
- GIL, Antonio de Loureiro. **Auditoria de negócios**. Editora Atlas. São Paulo, 2000

#### Componente Curricular: Gestão de Pessoas

##### Bibliografia Básica:

- BARBIERI, Ugo Franco. **Gestão de Pessoas nas Organizações**. Editora Atlas. São Paulo: 2012
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 1980
- ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2005
- FAISSAL, Reinaldo; ALMEIDA, Walnice Maria da Costa. **Atração e Seleção de Pessoas**. 2ª edição. Rio de Janeiro. Editora FGV. 2009

##### Bibliografia Complementar:

- APEDESK, Editora e Gráfica. **Departamento Pessoal**. Curitiba
- VIEL, Fernando. **A bíblia do Coaching**. Goiânia: Kelps, 2014

## Componente Curricular: Gestão da Qualidade

### Bibliografia Básica:

- BANAS, Fernando. **Construindo um sistema de Gestão da Qualidade**. Editora EPSE. 2010.
- CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. **Gestão da Qualidade – Conceitos e Técnicas**. Editora Atlas. 2012.
- PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade – Teoria e Prática**. Editora Atlas. 2009
- PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão Estratégica da Qualidade**. Editora Atlas. 2009.

### Bibliografia Complementar:

- CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro; MIGUEL, Pedro Augusto Cauchick; GEROLAMO, Mateus Cecilio. **Gestão da Qualidade – ISSO 9001:2008**. Editora Atlas. 2011

## Componente Curricular: Planejamento Estratégico

### Bibliografia Básica:

- BRASIL, Haroldo Guimarães. **Avaliação moderna de investimentos**. Editora QualityMark. Rio de Janeiro, 2002
- CANDELORO, Raul. **Preparação e planejamento: Como preparar e planejar ações e administrar o tempo para alcançar objetivos em vendas**. 2ª edição. Editora Quantum. Curitiba, 2005
- TEIXEIRA, Elson A; TOMANINI, Claudio; MEINBERG, Jose Luiz; PEIXOTO, Luiz Carlos. **Gestão de Vendas**. Editora FGV, 2004.
- THULL, Jeffrey. **Gestão de Vendas Complexas**. Editora Saraiva, 2007.

### Bibliografia Complementar:

- GUERREIRO, R. **Estruturação de sistemas de custos para a gestão da rentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2010
- TELLES, Renato; STREHLAU, Vivian Iara. **Canais de marketing e distribuição: conceitos, estratégias, gestão e modelos de decisão**. São Paulo: Saraiva, 2006.

## Componente Curricular: Administração de Marketing

### Bibliografia Básica:

- CHURCHILL, Gilbert A.; PETER J. Paul. **Marketing: criando valor para o cliente**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. Editora Campus, 2008
- COBRA, Marcos. **Marketing básico**. São Paulo: Atlas, 2009
- GOLEMAN, Daniel. **Marketing**. São Paulo: Elsevier, 2008

#### Bibliografia Complementar:

- CORRÊA, Roberto. **Comunicação integrada de marketing: uma visão global**. São Paulo: Saraiva, 2006
- DIAS, Sergio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2006
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 2009
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira**. São Paulo: Atlas, 2008
- LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing: conceitos, exercícios e casos**. São Paulo: Atlas. 2009.
- PINHEIRO, Eduardo P.; GULLO, José A. **Comunicação integrada de marketing**. São Paulo: Atlas, 2009
- ROSENBLOOM, Bert. **Canais de marketing: uma visão gerencial**. São Paulo: Atlas, 2009

#### Componente Curricular: Técnicas de Vendas e Atendimento

##### Bibliografia Básica:

- CANDELORO, Raul. **Abordagem: Como planejar e executar apresentações mais persuasivas em vendas**. 3ª edição. Editora Quantum. Curitiba 2005
- CANDELORO, Raul. **Levantamento de necessidades**. Editora Quantum. Curitiba 2005.
- CANDELORO, Raul. **Pós-venda: como melhorar o relacionamento e garantir a lealdade de seus clientes**. 2ª edição. Editora Quantum. Curitiba, 2005.
- MICHAELSON, Gerald A. Sun Tzu - **Estratégias de Vendas**. Editora Makron Books, 2005

##### Bibliografia Complementar:

- CANDELORO, Raul. **Prospecção: Descubra novos clientes e venda mais de forma criativa e inovadora**. 2ª edição. Editora Quantum. Curitiba 2005.

- CANDELORO, Raul. **Venda Mais: 25 armas para você aumentar de maneira eficiente as vendas de sua empresa.** 8ª edição. Editora Casa da Qualidade. Salvador, 1997.

#### Componente Curricular: Negociação

##### Bibliografia Básica:

- CANDELORO, Raul. **Negociação: Como lidar com objeções utilizando soluções eficazes e realizar acordos personalizados.** 2ª edição. Editora Quantum. Curitiba, 2005
- DALLEDONNE, Jorge. **Negociação.** Rio de Janeiro: LTC, 2009
- ERTEL, Danny; GORDON, Mark. **Negociação.** São Paulo: Makron Books, 2009

##### Bibliografia Complementar:

- CANDELORO, Raul. **Fechamento: Como concluir a negociação e dar um final perfeito para suas vendas.** Editora Quantum. Curitiba, 2005
- CANDELORO, Raul. **Proposta de valor: como formular ofertas imbatíveis adequadas às necessidades e à forma de negociar de cada cliente.** Editora Quantum. Curitiba, 2005.

#### Componente Curricular: Formação do Preço de Venda

##### Bibliografia Básica:

- BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de formação de preços: políticas, estratégias e fundamentos.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004
- BRUNI, Adriano Leal. **A administração de custos, preços e lucros.** São Paulo: Atlas, 2010.
- DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico da. **Gestão de custos e formação de preços.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009
- MORANTE, Antonio Salvador; JORGE, Fauzi Timaco. **Formação de preços de venda: preços e custos, preços e composto de marketing, preços e concorrência, preços e clientes.** São Paulo: Atlas, 2009

##### Bibliografia Complementar:

- NAGLE, Thomas T.; HOGAN, John E. **Estratégia e táticas de preço: um guia para crescer com lucratividade.** 4. ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2008.

## Componente Curricular: Matemática Comercial e Financeira

### Bibliografia Básica:

- ASSAF NETO, Alexandre. **Matemática financeira e suas aplicações**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIOVANNI, J.R.; BONJORNO, J. R. **Matemática: uma nova abordagem**. Porto Alegre: FTD, 2010
- HAZZAN, Samuel; POMPEO, José Nicolau. **Matemática financeira**. São Paulo: Saraiva, 2007
- JUNIOR, Moraes; LIMA, Alexandre. **Raciocínio Lógico – Incluindo Matemática, Matemática Financeira e Estatística**. Editora Método. 2011

### Bibliografia Complementar:

- VILLAR, Bruno. **Raciocínio Lógico – Teoria e Treinamento Prático**. Editora Método. 2012.

## Componente Curricular: Legislação Comercial

### Bibliografia Básica:

- BRASIL. **Código de defesa do consumidor**
- FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008
- NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2010
- RIZZATTO NUNES, Luiz Antônio. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**, 4ed., São Paulo: Saraiva, 2009.

### Bibliografia Complementar:

- CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010.
- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009
- SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor**. Porto Alegre: Bookman, 2002

## Componente Curricular: Merchandising e Vitrinismo

### Bibliografia Básica:

- BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto de venda**. São Paulo: Atlas, 2009
- CALDAS, Rogério. **A Emoção Vende**. Editora Marcação. 2010.
- DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrina: construção de encenações**. São Paulo: SENAC, 2007
- MALHOTRA, Naresh. **Design de Loja e Merchandising Visual**. Editora Saraiva. 2012
- MORGAN, Tony. **Visual Merchandising: Vitrines e Interiores Comerciais**. Editora Gustavo Gili. 2011
- SACKRIDER, Françoise. **Entre vitrinas: distribuição e visual merchandising na moda**. São Paulo: SENAC, 2009

### Bibliografia Complementar:

- PRADEEP, A. K. **O Cérebro Consumista**. Editora Cultrix. 2012

## Componente Curricular: Empreendedorismo e Gestão de Carreira

### Bibliografia Básica:

- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo - Dando asas ao espírito Empreendedor**. Editora Manole. 2012
- DORNELAS, Jose. **Empreendedorismo na Prática - Mitos e verdades do empreendedor de Sucesso**. Editora Campos. 2007
- DRUCKER, Peter. **Inovação e Espírito Empreendedor**. Editora Cengage Learning. 2011.
- SALIM, Cesar Simões; SILVA, Nelson Caldas. **Empreendedorismo - Introdução ao Empreendedorismo: Despertando a Atitude Empreendedora**. Editora Elsevier. 2009

### Bibliografia Complementar:

- BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: Uma visão do Processo**. Editora Thomson Learning. 2006

## Componente Curricular: Telemarketing

### Bibliografia Básica:

- CATALANE, Luciane. **E-commerce**. 2ª edição. Editora FGT. Rio de Janeiro, 2007.
- GOMES, Carlos Roberto. **Marketing, Telemarketing e E-commerce**. Editora Viena. São Paulo, 2003
- JOHNSON, Neil. **Os Segredos do Telemarketing**. Editora Littera Mundi. 2000
- MADRUGA, Roberto. **Gestão Moderna de Call Center e Telemarketing**. Editora Atlas. 2009.

Bibliografia Complementar:

- QUINTEIRO, Eudisia Acuña. **O Poder da voz e da fala no Telemarketing**. Editora Summus. 2009

#### Componente Curricular: Desinibição, Dicção e Oratória

Bibliografia Básica:

- FRANÇA, Luis de. **Dicção Total**. Editora Premium. 2010
- PAESE, Allan e Bárbara. **A linguagem corporal no trabalho: como causar uma boa impressão e se destacar na carreira**. Editora Sextane. 2013
- POLITO, Reinaldo. **Conquista e influenciar para se dar bem com as pessoas**. Editora Saraiva. 2013
- TOMPAKOW, Roland; WEIL, Pierre. **O corpo fala: A linguagem silenciosa da comunicação não-verbal**. Editora Vozes. 2009.

Bibliografia Complementar:

- POMBO, Ruthe Rocha. **A arte de se expressar bem em público**. Editora Vozes. 2010

#### Componente Curricular: Redação Empresarial

Bibliografia Básica:

- AMARAL, E.; FERREIRA, M.; LEITE, R.; ANTONIO, S. **Português: Novas palavras: literatura, gramática, redação**. São Paulo: FTD, 2000
- BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37.ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- KOCH, Ingedore G. V.; TRAVAGLIA Luiz Carlos. **A coerência textual**. São Paulo: Contexto, 1995

- NADÓLSKIS, Hêndricas. **Normas de Comunicação em Língua Portuguesa**. Editora Saraiva. 2013

Bibliografia Complementar:

- KASPARY, A.J. **Redação Oficial: Normas e modelos**. Porto Alegre: Edita, 2003

#### Componente Curricular: Comunicação Empresarial

Bibliografia Básica:

- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2008.
- NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação Empresarial**. Editora Mauad. 2012
- PASSADORI, Reinaldo. **Quem não comunica não lidera**. Editora Atlas. 2013.
- VIANA, Francisco. **Comunicação Empresarial de A a Z**. Editora CLA. 2004

Bibliografia Complementar:

- MACARENCO, Isabel; TERCIOTTI, Sandra Helena. **Comunicação Empresarial na prática**. Editora Saraiva. 2013

#### Componente Curricular: Metodologia do Trabalho Científico

Bibliografia Básica:

- BECKER, Howard S. **Segredos e Truques da Pesquisa**. Editora Zahar. 2007
- BREVIDELLI, Maria Meimei. **TCC – Trabalho de Conclusão de Curso – Guia Prático para Docentes e Alunos da área de Saúde**. Editora Iátria. 2011
- CASTRO, Flávia Lages de. **Pesquisa para Iniciantes**. Editora Lumen Juris. 2013
- SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. Editora Cortez. 2012

Bibliografia Complementar:

- FRANCO, Ana; FRANCO, Jeferson. **Como Elaborar Trabalhos Acadêmicos nos Padrões da ANBT – Ampliando Recursos de Informática**. Editora Ciência Moderna. 2006
- THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Modelagem de Projetos**. São Paulo: Atalas: 2004

## 8 PESSOAL TÉCNICA E DOCENTE

### 8.1 Equipe Docente

COMPONENTE CURRICULAR	NOME DO DOCENTE	FORMAÇÃO	FOMAÇÃO PEDAGÓGICA
Técnicas Gerenciais e Liderança	Denise Nobre de Oliveira	Administração	Sim
Administração de Vendas	Denise Maria Zen Pretto	Administração	Não
Administração de Compras	Daniel da Rosa Aires	Administração	Não
Fundamentos de Logística	Oziel Reinold Meurer	Processos Gerenciais	Não
Administração Financeira e Fiscal	Carlos Menta Giasson	Ciências Econômicas	Não
Gestão de Pessoas	Denise Nobre de Oliveira	Administração	Sim
Gestão da Qualidade	Oziel Reinold Meurer	Processos Gerenciais	Não
Planejamento Estratégico	Oziel Reinold Meurer	Processos Gerenciais	Não
Administração de Marketing	Ana Luisa Roolaart Martins	Comunicação Social	Sim
Técnicas de Vendas e Atendimento	Denise Maria Zen Pretto	Administração	Não
Negociação	Adriano Domingues Santolin	Administração	Sim
Formação do Preço de Venda	Geverson Luis Rabaiolli	Ciências Exatas	Sim
Matemática Comercial e Financeira	Geverson Luis Rabaiolli	Ciências Exatas	Sim
Legislação Comercial	Cesár Ricardo Locatelli	Direito	Sim
Merchandising e Vitrinismo	Ana Luisa Roolaart Martins	Comunicação Social	Sim
Empreendedorismo e Gestão de Carreira	Denise Maria Zen Pretto	Administração	Não
Telemarketing	Ana Luisa Roolaart Martins	Comunicação Social	Sim

Desinibição, Dicção e Oratória	Wanderlei de Brito	Jornalismo	Sim
Redação Empresarial	Greicy Weschenfelder	Letras	Sim
Comunicação Empresarial	Wanderlei de Brito	Jornalismo	Sim
Metodologia de Trabalho Científico	Stéfanie Casagrande	Pedagogia	Sim
Trabalho de Conclusão de Curso	Stéfanie Casagrande	Pedagogia	Sim

## 8.2 Equipe Técnica Administrativa

Função	Nome	Formação	Conclusão
Diretor	Luciano Fontana	Ciências Jurídicas	2005
Coordenação Pedagógica	Tais Zortéa Rodrigues	Pedagogia	2011
Coordenador do Curso	Denise Maria Zen Pretto	Administração	2004
Secretária	Marília Conzatti Lancini	Pedagogia	2010

## 9 CERTIFICADOS E DIPLOMAS

Ao aluno que concluir exclusivamente o Módulo I correspondente a Habilitação Profissional, é conferido Certificado de Qualificação Profissional Técnica de Gerente de Vendas.

Ao aluno que concluir o Módulo II, correspondente a Habilitação Profissional, é conferido Certificado de Qualificação Profissional Técnica em Consultor de Vendas.

Ao aluno que concluir o módulo III recebe a certificação intermediária de Qualificação Profissional Técnica Assistente de Comunicação.

Ao aluno que concluir os Módulos I, II, III e IV, e não comprovar a Conclusão do Ensino médio é conferido o Certificado de Qualificação Profissional de Assistente de Vendas.

Ao aluno que concluir o conjunto de módulos que compõem a organização curricular deste plano de curso e apresentar a conclusão do Ensino Médio, será conferido o Diploma de Técnico em Vendas, Nível Médio - Eixo Tecnológico Gestão e Negócios. Acompanha o diploma e o certificado o Histórico Escolar com as competências certificadas.