



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
DO RIO GRANDE DO NORTE
CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

DELIBERAÇÃO Nº. 66/2013-CONSEPEX

Natal, 26 de agosto de 2013.

O PRESIDENTE DO CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE, faz saber que este Conselho, no uso de suas atribuições e da competência delegada pela Resolução nº 96/2013-CONSUP, de 21 de dezembro de 2012, através de sua Câmara de Educação Técnica de Nível Médio, com fulcro na Deliberação nº 49/2012-CONSEPEX, de 14 de dezembro de 2012,

CONSIDERANDO

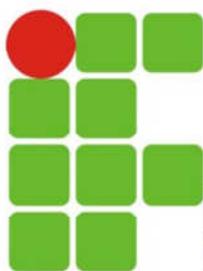
o que consta no Processo nº 23134.019121.2013-38, de 12 de julho de 2013,

DELIBERA:

I – APROVAR, na forma do anexo, o projeto pedagógico do Curso de Formação Inicial e Continuada em Vendedor, na modalidade presencial, a ser ofertado pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte, no âmbito do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC).

II – AUTORIZAR a criação do curso no âmbito deste Instituto Federal e seu funcionamento no Câmpus João Câmara.


BELCHIOR DE OLIVEIRA ROCHA
Presidente



INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
RIO GRANDE DO NORTE

*Projeto Pedagógico do Curso
de Formação Inicial e Continuada
ou Qualificação Profissional de*

Vendedor

*na modalidade presencial, no
âmbito do PRONATEC*

www.ifrn.edu.br



*Projeto Pedagógico do Curso
de Formação Inicial e Continuada ou
Qualificação Profissional de*

Vendedor

*na modalidade presencial, no âmbito
do PRONATEC*

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

Belchior de Oliveira Rocha
REITOR

José de Ribamar Silva Oliveira
PRÓ-REITOR DE ENSINO

Régia Lúcia Lopes
PRÓ-REITORA DE EXTENSÃO

José Yvan Pereira Leite
PRÓ-REITOR DE PESQUISA

COMISSÃO DE ELABORAÇÃO/SISTEMATIZAÇÃO

Fabírcia Abrantes Figueiredo da Rocha
Gustavo André Pereira de Brito
Marisa Daniella de Oliveira Garcia
Samira Fernandes Delgado

COORDENAÇÃO PEDAGÓGICA
Pollyanna de Araújo Ferreira

REVISÃO TÉCNICO-PEDAGÓGICA
Ana Lúcia Pascoal Diniz
Rejane Bezerra Barros

Moama Lorena de Lacerda Marques
REVISÃO LINGUÍSTICO-TEXTUAL

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	6
2. JUSTIFICATIVA	6
3. OBJETIVOS	7
4. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO	7
5. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO DO CURSO	7
6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	8
6.1. ESTRUTURA CURRICULAR	9
6.2. DIRETRIZES PEDAGÓGICAS	10
6.3. INDICADORES METODOLÓGICOS	11
7. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM	12
8. CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE ESTUDOS E DE CERTIFICAÇÃO DE CONHECIMENTOS	13
9. INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS	13
10. PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO-ADMINISTRATIVO	14
11. CERTIFICADOS	14
REFERÊNCIAS	15
ANEXO I – PROGRAMAS DAS DISCIPLINAS DO NÚCLEO FUNDAMENTAL	16
ANEXO II – PROGRAMAS DAS DISCIPLINAS DO NÚCLEO ARTICULADOR	19
ANEXO III – PROGRAMAS DAS DISCIPLINAS DO NÚCLEO TECNOLÓGICO	21

APRESENTAÇÃO

O presente documento constitui o projeto pedagógico do Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) **de Vendedor**, na modalidade presencial, no âmbito do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e ao Emprego - PRONATEC. Este projeto pedagógico de curso se propõe a contextualizar e a definir as diretrizes pedagógicas para o respectivo curso no âmbito do Instituto Federal do Rio Grande do Norte.

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 na LDB nº 9.94/96 e atualizadas pela Lei nº 11.741/08, e demais resoluções que normatizam a Educação Profissional brasileira, mais especificamente a que se refere à formação inicial e continuada ou qualificação profissional. O PRONATEC está fundamentado na Lei nº 12.513 de 26/10/2011. Trata-se de um conjunto de ações que visa apoiar a expansão, a interiorização e a democratização da rede física de atendimento da educação profissional e tecnológica, bem como contribuir para a melhoria da qualidade do ensino médio público, por meio da articulação com a educação profissional e de formação inicial e continuada dos trabalhadores.

Estão presentes, também, como marcos orientadores, as decisões institucionais traduzidas nos objetivos da instituição, que assume uma compreensão da educação como uma prática social que se materializa na função social do IFRN de promover educação científico-tecnológico-humanística, visando à formação do profissional-cidadão crítico-reflexivo, competente técnica e eticamente e comprometido com as transformações sociais, políticas e culturais.

Este curso de Formação Inicial e Continuada de **Vendedor**, na modalidade presencial, aspira a “uma formação que permita a mudança de perspectiva de vida por parte do aluno; 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, nem seja orientado pelos interesses do mercado de trabalho, mas se constitua em uma possibilidade para a construção dos projetos de vida dos estudantes (FRIGOTTO, CIAVATTA e RAMOS, 2005).

Este documento apresenta, portanto, os pressupostos teóricos, metodológicos e didático-pedagógicos estruturantes da proposta do curso em consonância com o Projeto Político-Pedagógico Institucional. Em todos os elementos estarão explicitados princípios, categorias e conceitos que materializarão o processo de ensino e de aprendizagem destinado a todos os envolvidos nesta práxis pedagógica.

1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

O presente documento constitui o projeto pedagógico do Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) de **Vendedor**, na modalidade presencial, no âmbito do PRONATEC.

2. JUSTIFICATIVA

Em seu aspecto global, a formação inicial e continuada 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 socioeducacionais 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. Contemple-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 politecnia e na perspectiva crítico-emancipatória, a formação inicial e continuada, 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.

A partir da década de noventa, com a publicação da atual Lei de Diretrizes e Bases da Educação (Lei nº 9.394/96), a educação profissional passou por diversas mudanças nos seus direcionamentos filosóficos e pedagógicos, alcançando um espaço delimitado na própria lei e constituindo-se como uma modalidade da educação nacional. Mais recentemente, em 2008, as instituições federais de educação profissional foram reestruturadas para se configurarem como uma rede nacional de instituições públicas de EPT, denominando-se de Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. Portanto, tem sido pauta da agenda de governo uma política pública dentro de um amplo projeto de expansão e interiorização dessas instituições educativas.

Nesse sentido, o IFRN ampliou sua atuação em diferentes municípios do Estado do Rio Grande do Norte, com a oferta de cursos em diversas áreas profissionais, conforme as necessidades locais.

No âmbito do estado de Rio Grande do Norte, a oferta do Curso FIC de **Vendedor**, na modalidade presencial, surge como uma qualificação profissional fundamental, pois o setor de serviços é, notoriamente, a área de comércio que mais cresce. Sozinho, o setor comercial emprega 17,42% dos trabalhadores no Estado; e aliado ao setor de serviços têm-se 42,77% dos potiguares trabalhando nos dois setores, segundo o Portal Mercado Aberto (2013).

O mercado, no sentido pleno do termo, é o espaço onde todos nos encontramos para mercadejar algo, seja referente à mão de obra, a bens materiais ou imateriais. Portanto, o crescimento que vem ocorrendo a cada ano nas áreas de comércio e de serviços tem gerado uma grande demanda de profissionais qualificados para atuar nesses setores.

Nessa perspectiva, o IFRN propõe-se a oferecer o curso de formação inicial e continuada de **Vendedor**, na modalidade presencial, por entender que estará contribuindo para a elevação da qualidade dos serviços prestados à sociedade, formando o **Vendedor**, 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, bem como com os processos de democratização e justiça social.

3. OBJETIVOS

O curso de Formação Inicial e Continuada de Vendedor, na modalidade presencial, tem como objetivo geral proporcionar aos alunos uma melhor atuação no mercado de vendas no setor de serviços/ produtos, oportunizando resultados efetivos e sustentáveis em organizações.

Os objetivos específicos do curso compreendem:

- Apresentar os produtos e serviços da empresa;
- Executar, com eficácia, as técnicas de venda e pós-venda;
- Atuar no desenvolvimento e controle das atividades de venda;
- Ter capacidade de liderança, competência técnica, iniciativa e capacidade criativa para lidar com as atividades cotidianas relacionadas aos processos de aquisição e venda nas organizações e instituições.

4. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO

O curso FIC de Vendedor, na modalidade presencial, é destinado a estudantes e/ou trabalhadores que tenham concluído o ensino fundamental de acordo com o Guia/Catálogo Nacional de Cursos FIC.

O acesso ao curso deve ser realizado por meio de processo de seleção, conveniado ou aberto ao público.

5. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO DO CURSO

O estudante egresso do curso FIC de Vendedor, na modalidade presencial, deve ter demonstrado avanços na aquisição de seus conhecimentos básicos, estando preparado para dar continuidade aos seus estudos. Do ponto de vista da qualificação profissional, deve estar preparado

para atuar nas atividades relativas à área do curso a fim de que possa desempenhar, com autonomia, suas atribuições, com possibilidades de (re)inserção positiva no mundo trabalho.

Dessa forma, ao concluir a sua qualificação profissional, o egresso do curso de Vendedor deverá demonstrar um perfil que lhe possibilite:

- Apresentar os produtos e serviços da empresa, os quais deverão conhecer em profundidade;
- Identificar os tipos de cliente;
- Negociar e argumentar com o cliente;
- Preparar mercadorias para venda;
- Apoiar e prestar serviços ao cliente;
- Demonstrar produtos;
- Executar a venda e o pós-venda;
- Expor mercadorias no ponto de venda; e
- Registrar a entrada e a saída de mercadorias.

Além das habilidades específicas da qualificação profissional, os egressos devem estar aptos a:

- adotar atitude ética no trabalho e no convívio social, compreendendo os processos de socialização humana em âmbito coletivo e percebendo-se como agente social que intervém na realidade;
- saber trabalhar em equipe; e
- ter iniciativa, criatividade e responsabilidade.

6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

A organização curricular deste curso considera a necessidade de proporcionar qualificação profissional em Vendas. Essa formação está comprometida com a formação humana integral, uma vez que propicia, ao educando, uma qualificação laboral, relacionando currículo, trabalho e sociedade.

Dessa forma, com base nos referenciais que estabelecem a organização por eixos tecnológicos, os cursos FIC do IFRN estão estruturados em núcleos politécnicos segundo a seguinte concepção:

- **Núcleo fundamental:** compreende conhecimentos de base científica do ensino fundamental ou do ensino médio, indispensáveis ao bom desempenho acadêmico dos ingressantes, em função dos requisitos do curso FIC;
- **Núcleo articulador:** compreende conhecimentos do ensino fundamental e da educação profissional, traduzidos em conteúdos de estreita articulação com o curso, por eixo tecnológico, representando elementos expressivos para a integração curricular. Pode contemplar bases científicas gerais que alicerçam suportes de uso geral, tais como tecnologias de informação e comunicação, tecnologias de organização, higiene e segurança

no trabalho, noções básicas sobre o sistema da produção social e relações entre tecnologia, natureza, cultura, sociedade e trabalho.

- **Núcleo tecnológico:** compreende conhecimentos de formação específica, de acordo com o campo de conhecimentos do eixo tecnológico, com a atuação profissional e as regulamentações do exercício da profissão. Deve contemplar outras disciplinas de qualificação profissional que não fazem parte do núcleo articulador.

A Figura 1 apresenta a representação gráfica do desenho e da organização curricular dos cursos FIC de qualificação profissional, estruturados numa matriz curricular constituída por núcleos politécnicos, com fundamentos nos princípios da politécnica, da interdisciplinaridade e nos demais pressupostos do currículo integrado.



Figura 1 – Representação gráfica do desenho e da organização curricular dos cursos FIC de qualificação profissional

Convém esclarecer que o tempo mínimo de duração, previsto legalmente, para os cursos FIC é estabelecido no Catálogo Nacional de Cursos FIC ou equivalente.

6.1. ESTRUTURA CURRICULAR

A matriz curricular do curso FIC de Vendedor, na modalidade presencial, está organizada em regime modular, totalizando 12 disciplinas distribuídas em 03 módulos, com uma carga-horária total de

160 horas, com duração na proporção de 04 semanas para cada módulo. O Quadro 1 descreve a matriz curricular do curso e os Anexos I a III apresentam as ementas e os programas das disciplinas.

As disciplinas que compõem a matriz curricular estão articuladas, fundamentadas na integração curricular numa perspectiva interdisciplinar e orientadas pelos perfis profissionais de conclusão, possibilitando ao educando a formação de uma base de conhecimentos científicos e tecnológicos, bem como a aplicação de conhecimentos teórico-práticos específicos de uma área profissional, contribuindo para uma formação técnico-humanística.

Quadro 1 – Matriz curricular do Curso FIC de Vendedor, na modalidade presencial.

DISCIPLINAS	Número de aulas semanal por módulo				Carga-horária total	
	1º	2º	3º	4º	Hora/aula	Hora
Núcleo Fundamental						
Leitura e Produção Textual	05	05	05			15
Informática Básica	05	05	05	05		20
Ética e Cidadania			05	05		10
Subtotal de carga-horária do núcleo fundamental	10	10	15	10		45
Núcleo Articulador						
Relações Interpessoais	05	05				10
Matemática Comercial e Financeira			05	05		10
Subtotal de carga-horária do núcleo articulador	05	05	05	05		20
Núcleo Tecnológico						
Fundamentos da Administração e Marketing	05	05	05	05		20
Mercado Varejista	05	05				10
Comportamento Organizacional		05	05	05		15
Comportamento do Consumidor			05	05		10
Administração de Vendas	05	05	05	05		20
Técnicas de Vendas	05	05				10
Gestão da Qualidade			05	05		10
Subtotal de carga-horária do núcleo tecnológico	20	25	25	25		95
Total de carga-horária de disciplinas	35	45	45	35		160

TOTAL DE CARGA-HORÁRIA DO CURSO

160

Observação: A hora/aula considerada possui 60 minutos, de acordo com a Resolução n. 023/2012-FNDE. Para a organização do horário de aula com 45 min., deve-se considerar a proporção de 75% de 60 minutos.

6.2. DIRETRIZES PEDAGÓGICAS

Este projeto pedagógico de curso deve ser o norteador do currículo no Curso FIC de Vendedor, na modalidade presencial. Caracteriza-se, portanto, como expressão coletiva, devendo ser realizado periódica e sistematicamente, um processo de avaliação pela comunidade escolar, implementado por uma comissão avaliadora com competência para a referida prática pedagógica. Qualquer alteração deve

ser vista sempre que se verificar, mediante avaliações sistemáticas anuais, defasagem entre perfil de conclusão do curso, objetivos e organização curricular frente às exigências decorrentes das transformações científicas, tecnológicas, sociais e culturais. Entretanto, as possíveis alterações poderão ser efetivadas mediante solicitação aos conselhos competentes.

Considera-se a aprendizagem como um processo de construção de conhecimento em que, partindo dos conhecimentos prévios dos alunos, os professores formatam estratégias de ensino de maneira a articular o conhecimento do senso comum e o conhecimento acadêmico, permitindo aos alunos desenvolver suas percepções e convicções acerca dos processos sociais e dos do trabalho, constituindo-se como cidadãos e profissionais responsáveis.

Assim, a avaliação da aprendizagem assume dimensões mais amplas, ultrapassando a perspectiva da mera aplicação de provas e testes para assumir uma prática diagnóstica e processual com ênfase nos aspectos qualitativos.

Nesse sentido, a gestão dos processos pedagógicos deste curso orienta-se pelos seguintes princípios:

- da aprendizagem e dos conhecimentos significativos;
- do respeito ao ser e aos saberes dos estudantes;
- da construção coletiva do conhecimento;
- da vinculação entre educação e trabalho;
- da interdisciplinaridade; e
- da avaliação como processo.

6.3. INDICADORES METODOLÓGICOS

A metodologia é um conjunto de procedimentos empregados para atingir os objetivos propostos. Respeitando-se a autonomia dos docentes na transposição didática dos conhecimentos selecionados nos componentes curriculares, as metodologias de ensino pressupõem procedimentos didático-pedagógicos que auxiliem os alunos nas suas construções intelectuais, procedimentais e atitudinais, tais como:

- elaborar e implementar o planejamento, o registro e a análise das aulas e das atividades realizadas;
- problematizar o conhecimento, sem esquecer de considerar os diferentes ritmos de aprendizagens e a subjetividade do aluno, incentivando-o a pesquisar em diferentes fontes;
- contextualizar os conhecimentos, valorizando as experiências dos alunos, sem perder de vista a (re)construção dos saberes;
- elaborar materiais didáticos adequados a serem trabalhados em aulas expositivas dialogadas e atividades em grupo;

- utilizar recursos tecnológicos adequados ao público envolvido para subsidiar as atividades pedagógicas;
- disponibilizar apoio pedagógico para alunos que apresentem dificuldades, visando à melhoria contínua da aprendizagem;
- diversificar as atividades acadêmicas, utilizando aulas expositivas dialogadas e interativas, desenvolvimento de projetos, aulas experimentais (em laboratórios), visitas técnicas, seminários, debates, atividades individuais e em grupo, exposição de filmes, grupos de estudos e outros;
- organizar o ambiente educativo de modo a articular múltiplas atividades voltadas às diversas dimensões de formação dos jovens e adultos, favorecendo a transformação das informações em conhecimentos diante das situações reais de vida.

7. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Na avaliação da aprendizagem, como um processo contínuo e cumulativo, são assumidas as funções diagnóstica, formativa e somativa, de forma integrada ao processo de ensino e aprendizagem. Essas funções devem ser observadas como princípios orientadores para a tomada de consciência das dificuldades, conquistas e possibilidades dos estudantes. Nessa perspectiva, a avaliação deve funcionar como instrumento colaborador na verificação da aprendizagem, levando em consideração o predomínio dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos.

A avaliação é concebida, portanto, como um diagnóstico que orienta o (re)planejamento das atividades, que indica os caminhos para os avanços, como também que busca promover a interação social e o desenvolvimento cognitivo, cultural e socioafetivo dos estudantes.

No desenvolvimento deste curso, a avaliação do desempenho escolar será feita por componente curricular (podendo integrar mais de um componente), considerando aspectos de assiduidade e aproveitamento.

A assiduidade diz respeito à frequência obrigatória, que será de 75% (setenta e cinco) do conjunto de todas as disciplinas que compõem a matriz curricular do curso. Refere-se ao percentual mínimo exigido de presença diária do estudante às aulas teóricas e práticas, destinadas ao desenvolvimento de trabalhos escolares, exercícios de aplicação e à realização das demais metodologias do curso.

O aproveitamento escolar é avaliado através de acompanhamento contínuo e processual do estudante, com vista aos resultados alcançados por ele nas atividades avaliativas. Para efeitos de certificação, será exigido do estudante o alcance da média 6,0 (seis) em cada disciplina como média mínima para a obtenção da conclusão do curso.

Em atenção à diversidade, apresentam-se, como sugestão, os seguintes instrumentos de acompanhamento e avaliação da aprendizagem escolar:

- observação processual e registro das atividades;
- avaliações escritas em grupo e individual;
- produção de portfólios;
- relatos escritos e orais;
- relatórios de trabalhos e projetos desenvolvidos; e
- instrumentos específicos que possibilitem a autoavaliação (do docente e do estudante)

Convém salientar que os critérios de verificação do desempenho acadêmico, inclusive para efeitos de RECUPERAÇÃO dos estudantes nos componentes curriculares, são tratados pela Organização Didática do IFRN.

8. CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE ESTUDOS E DE CERTIFICAÇÃO DE CONHECIMENTOS

No âmbito deste projeto pedagógico de curso, compreende-se o **aproveitamento de estudos** como a possibilidade de aproveitamento de disciplinas estudadas em outro curso de educação profissional técnica de nível médio; e a **certificação de conhecimentos** como a possibilidade de certificação de saberes adquiridos através de experiências previamente vivenciadas, inclusive fora do ambiente escolar, com o fim de alcançar a dispensa de disciplinas integrantes da matriz curricular do curso, por meio de uma avaliação teórica ou teórico-prática, conforme as características da disciplina.

Os aspectos operacionais do aproveitamento de estudos e da certificação de conhecimentos, adquiridos através de experiências vivenciadas previamente ao início do curso, são tratados pela Organização Didática do IFRN.

9. INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

As instalações disponíveis para o curso deverão conter: salas de aula, biblioteca, laboratório de informática, sala dos professores e banheiros.

A biblioteca deverá propiciar condições necessárias para que os educandos dominem a leitura, refletindo-a em sua escrita.

Os docentes e alunos matriculados no curso também poderão solicitar, por empréstimo, títulos cadastrados na Biblioteca. Nessa situação, os usuários estarão submetidos às regras do Sistema de Biblioteca do IFRN.

10. PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

Os Quadros 2 e 3 descrevem, respectivamente, o pessoal docente e técnico-administrativo necessários ao funcionamento do Curso, tomando por base o desenvolvimento simultâneo de uma turma para cada período do curso, correspondente ao Quadro 1.

Quadro 2 – Pessoal docente necessário ao funcionamento do curso.

Descrição	Qtde.
Professor com Licenciatura em Letras	01
Professor com Licenciatura em Matemática	01
Professor com graduação em Administração, Engenharia de Produção ou Pós-Graduação em áreas correlatas	02
Professor com graduação na área de Ciências Humanas	01
Professor com graduação na área de Informática	01
Total de professores necessários	06

Quadro 3 – Pessoal técnico-administrativo necessário ao funcionamento do curso.

Descrição	Qtde.
Apoio Técnico	
Profissional de nível superior na área de Pedagogia, para assessoria técnico-pedagógica ao coordenador de curso e aos professores no que diz respeito à implementação das políticas educacionais da Instituição e ao acompanhamento pedagógico do processo de ensino e aprendizagem.	01
Profissional técnico de nível médio/intermediário na área de Informática para manter, organizar e definir demandas dos laboratórios de apoio ao Curso.	01
Apoio Administrativo	
Profissional de nível médio para prover a organização e o apoio administrativo da secretaria do curso.	01
Total de técnicos-administrativos necessários	03

11. CERTIFICADOS

Após a integralização dos componentes curriculares do curso de formação inicial e continuada ou qualificação profissional em Vendedor, na modalidade presencial, e observada a obtenção da escolaridade requerida constante no Guia/Catálogo Nacional de Cursos FIC, será conferido ao egresso o Certificado de **Vendedor**.

REFERÊNCIAS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

_____. **Documento Orientador para PROEJAFIC em Prisões Federais**. Ofício Circular nº115/2010 - DPEPT/SETEC/MEC. Brasília, 24 de agosto de 2010.

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

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico. 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 14 mar. 2013.

PORTAL MERCADO ABERTO. Disponível em: <<http://www.portalmercadoaberto.com.br/>>. Acesso em: 04 abr. 2013

SERASA. Disponível em: <<http://www.serasaexperian.com.br/>>. Acesso em: 14 mar. 2013.

ANEXO I – PROGRAMAS DAS DISCIPLINAS DO NÚCLEO FUNDAMENTAL

Curso: **FIC em Vendedor**

Disciplina: **Leitura e Produção Textual**

Carga-Horária: **15h**

EMENTA

Textualidade; Cena Enunciativa; Intencionalidade Discursiva; Coesão e Coerência; Gêneros Textuais/Discursivos; Aspectos Normativos da Língua Portuguesa.

PROGRAMA

Objetivos

Aperfeiçoar competências de leitura e escrita necessárias ao uso da linguagem em diferentes situações comunicativas.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Texto e contexto (Cena Enunciativa);
2. Conhecimentos/Competências necessárias à prática de leitura e da escrita;
3. Fatores de textualidade: coesão e coerência;
4. Gêneros textuais/discursivos de diversas esferas da atividade de comunicação.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; *Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco;
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos.

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. BECHARA, E. **Gramática escolar da Língua Portuguesa**. - 2. ed. - Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.
2. COSTA, S. R. da. **Dicionário de gêneros textuais**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
3. DIONÍSIO, A. P.; BEZERRA, M. de S. (Orgs.). **Tecendo textos, construindo experiências**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

Bibliografia Complementar

1. DISCINI, N. **Comunicação nos textos**. São Paulo: Contexto, 2005.
2. FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. **Lições de texto: leitura e redação**. São Paulo: Ática, 1996.
3. _____. **Para entender o texto: leitura e redação**. 11. ed. São Paulo: Ática, 1995.
4. KOCH, I. V.; ELIAS, V. M. **Ler e escrever: estratégias de produção textual**. São Paulo: Contexto, 2009.
5. _____. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2009.
6. KOCH, I. G. V. **Desvendando os segredos do texto**. São Paulo: Cortez, 2002.
7. MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. 5. ed. Trad. Cecília P. de Souza e Silva. São Paulo: Cortez, 2001.
8. MARCUSCHI, L. A. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. In: DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. A.; BEZERRA, M. A. B. (Orgs.). **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucena, 2002, p. 19-38.
9. MACHADO, A. R. et al. (Org.). **Planejar gêneros acadêmicos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.
10. _____. **Resumo**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

Curso: **FIC em Vendedor**

Disciplina: **Informática Básica**

Carga-Horária: **20h**

EMENTA

Introdução à Informática Básica, manipulação de área de trabalho, gerenciamento de arquivos e pastas, internet, editor de texto, planilha eletrônica e apresentação eletrônica.

PROGRAMA

Objetivos

- Identificar os componentes de um computador: processador, memória e periféricos; instalar sistema operacional de computadores e seus periféricos e acessórios;
- Operar softwares aplicativos, despertando para o uso da informática na sociedade.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Introdução à informática básica;
2. Área de trabalho;
3. Gerenciando pastas e arquivos;
4. Editor de Texto: digitação e manipulação de texto; Copiar, recortar e colar texto; nomear, salvar e encerrar sessão de trabalho;
5. Internet: acesso a páginas, páginas de pesquisa e métodos de busca; correio eletrônico: mensagem de texto, arquivos anexos (envio e recebimento), limite de tamanho e formato de arquivos;
6. Planilha eletrônica: digitação e manipulação de texto e números; manipulando linhas e colunas; fórmula e funções (soma, subtração, multiplicação e divisão);
7. Apresentação eletrônica: modos de exibição de slides, salvar, fechar e abrir apresentação; fazer uma apresentação, design da apresentação, formatação de textos, inserção de figuras e efeitos e animação.

Procedimentos Metodológicos

Aulas expositivas dialogadas, apresentação de seminários, trabalhos de pesquisa e atividades em grupo e/ou individuais.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco e piloto;
- Recurso de multimídia: caixas de som e datashow;
- Material didático impresso.

Avaliação

A avaliação terá caráter contínuo, levando em consideração a assiduidade, a participação, o compromisso com as atividades realizadas durante a disciplina, assim como a aplicação de trabalhos e/ou provas escritas e orais.

Bibliografia

1. CAPRON, H. L.; JOHNSON, J.A. **Introdução à informática**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.
2. JORGE, Marcos (coord). **Excel 2000**. Makron Books, 2000.
3. _____. **Internet**. Makron Books, 1999.
4. _____. **Word 2000**. Makron Books, 1999.
5. TINDOU, R. Q. **Power Point XP**. Escala Ltda, 2000.

Bibliografia Complementar

1. Apostilas e estudos dirigidos desenvolvidos por professores da área de Informática do CEFET/RN.
2. TORRES, Gabriel. Hardware: Curso completo.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

Curso: **FIC em Vendedor**
Disciplina: **Ética e Cidadania** Carga-Horária: **10h**

EMENTA

Noções e princípios de ética e cidadania para o trabalho.

PROGRAMA

Objetivos

- Contextualizar noções e princípios de ética e cidadania de modo a preparar o aluno para uma atuação profissional.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Noções de ética;
2. Ética e sociedade;
3. Declaração universal dos Direitos Humanos – OIT e Relações de Trabalho;
4. Cidadania no Brasil (Direitos civis, políticos e sociais).

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; *Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos.

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. COVRE, Maria de Lourdes M. **O que é cidadania**. São Paulo, Brasiliense, 2007.
2. DALLARI, Dalmo de Abreu. **Direitos humanos e cidadania**. São Paulo, 1998.
3. SEVERINO, Antônio Joaquim. **Filosofia da educação: construindo a cidadania**. São Paulo: FTD, 1994.

Bibliografia Complementar

1. ELIN, Elizabeth; HERSHBERG, Eric. **Construindo a democracia: direitos humanos, cidadania e sociedade na América Latina**. São Paulo: Edusp, 2006.
2. BUFFA, Ester; ARROYO, Miguel; NOSELLA, Paolo. **Educação e cidadania: quem educa o cidadão?** - 2. ed. - São Paulo: Cortez, 1988.
3. GUTIÉRREZ, Francisco; PRADO, Cruz; INSTITUTO PAULO FREIRE. **Ecopedagogia e cidadania planetária**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002. 128 p. (Guia da escola cidadã).
4. SECRETARIA de Educação Básica - SED/MEC. **Ética e cidadania: construindo valores na escola e na sociedade** [recurso eletrônico]. Brasília: MEC, 2007.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

ANEXO II – PROGRAMAS DAS DISCIPLINAS DO NÚCLEO ARTICULADOR

Curso:	FIC em Vendedor	
Disciplina:	Relações Interpessoais	Carga-Horária: 10h

EMENTA

Reflexão acerca da comunicação e do autoconhecimento, sua interferência nas relações humanas e no trabalho em equipe, assim como sobre as alternativas para o estabelecimento de relações interpessoais harmoniosas e salutaras.

PROGRAMA

Objetivos

Refletir sobre formas mais saudáveis de comunicar-se e relacionar-se com outras pessoas em diferentes ambientes e situações.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Conceituar aspectos gerais sobre a comunicação;
2. Discutir sobre a importância da comunicação nas relações interpessoais;
3. Conceituar e praticar o autoconhecimento;
4. Identificar práticas de relacionamento interpessoal;
5. Desenvolver habilidade para o trabalho em equipe.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; Estado de *Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco;
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. COLL, César; CÉSAR COLL, Álvaro Marchesi, JesúsPalacios. **Desenvolvimento psicológico e educação: psicologia evolutiva**. -2. ed. - Porto Alegre: Artmed, 2004.
2. COLL, César; DIHEL, Emília de Oliveira. **Aprendizagem escolar e construção do conhecimento**. Porto Alegre: Artes Médicas,1994.

Bibliografia Complementar

1. MESTRES, Mariana Miras; GOÑI, Javier Onrubia; GALLART, Isabel Solé. **Psicologia da educação**. Porto Alegre: Artmed, 1999.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

Curso:	FIC em Vendedor	Carga-Horária:	10h
Disciplina:	Matemática Comercial e Financeira		

EMENTA

Proporção numérica: Razão, proporção, regra de três simples e composta. Porcentagem. Capitalização simples e composta. Utilização de calculadoras.

PROGRAMA

Objetivos

- Proporcionar conhecimentos teóricos e práticos da matemática comercial e financeira, apresentando problemas de acordo com a realidade do mercado, a fim de desenvolver o raciocínio financeiro do aluno e mostrar sua importância para a formação e desenvolvimento do futuro profissional de vendas.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Razão e proporção: grandezas diretamente e inversamente proporcionais;
2. Regra de três simples e composta;
3. Porcentagem: razão centesimal, taxa percentual, acréscimo simples e sucessivos e desconto simples e sucessivos; e
4. Capitalização simples e composta: capital, juro, taxa de juros e montante; juros simples e juros compostos.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; *Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. BIANCHINI, E. **Matemática**: 5ª série. São Paulo: Editora Moderna, 2006.
2. DANTE, Luiz Roberto. **Matemática**: contexto e aplicações. – 3.ed. – São Paulo: Ática, 2011

Bibliografia Complementar

1. IEZZI, G. et al. **Matemática e realidade**: Ensino fundamental - 5ª série. São Paulo: Atual Editora, 2005.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

ANEXO III – PROGRAMAS DAS DISCIPLINAS DO NÚCLEO TECNOLÓGICO

Curso:	FIC em Vendedor		
Disciplina:	Fundamentos da Administração e do Marketing	Carga-Horária:	20h

EMENTA

Administração e Organização; breve histórico; planejamento; organização; direção; e controle. Os conceitos e evolução do marketing; ambiente de marketing; composto mercadológico (4P's); e as novas tendências do marketing.

PROGRAMA

Objetivos

- Apresentar os principais fundamentos da administração dentro de uma organização, bem como os principais conceitos de marketing, no intuito de compreender as formas de contribuição do marketing na área de vendas.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Introdução à Administração e à Organização;
2. Conhecer a história do surgimento da administração;
3. Planejamento: processo decisório, planejamento e estratégia;
4. Organização: estrutura, autoridade, delegação e comunicação;
5. Direção: motivação e liderança;
6. Os conceitos centrais e a evolução do marketing;
7. A inserção do marketing nas vendas;
8. Definições do ambiente de marketing;
9. Composto mercadológico (Produto, Preço, Praça e Promoção); e
10. Novas tendências do marketing.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; Estudos de *Cases Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. **Administração: liderança e colaboração no mundo competitivo**. 7. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2007.
2. KEEGAN, Warren J.; GREEN, Mark C. **Princípios de Marketing Global**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.
3. KOTLER, Philip; SAPIRO, Arão. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
4. MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. **Administração**. – 3. ed – São Paulo: Pearson Pretence Hall, 2010.

Bibliografia Complementar

1. CHIAVENATO, Idalberto. **Iniciação à administração geral**. 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2009.
2. CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
5. CHOWDHURY, Subir; ROSA, Maria Lúcia G. L; MORAES, Carlos A. Caldas. **Administração no Século XXI: o estilo de gerenciar hoje e no futuro**. São Paulo: Pearson education, 2003.
6. EHRHARDT, Michael C. etal. **Administração financeira: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
7. SALIM, Cesar Simões. **Administração empreendedora: teoria e prática usando estudos de casos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
8. SHIRAIISHI, Guilherme. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brazil, 2012.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e Editor de Textos.

Curso:	FIC em Vendedor	Carga-Horária:	10h
Disciplina:	Mercado Varejista		

EMENTA

Conceitos básicos sobre varejo; formatos de varejo; apresentação física do espaço; o processo de comunicação no varejo; mix de produtos; formação do preço de vendas no varejo.

PROGRAMA

Objetivos

- Compreender a dinâmica das empresas de Varejo, bem como os conceitos básicos e como trabalhar questões práticas do dia-a-dia nas Organizações Varejistas.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Conceitos básicos de varejo;
2. Formatos de varejo;
3. Apresentação física da loja;
4. Comunicação em empresas varejistas;
5. Mix de produtos;
6. Variedade x quantidade no varejo;
7. Classificação dos tipos de produto;
8. Prestadores de serviço para o varejo;
9. Formação do preço de vendas.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; Estudos de *Cases Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. BERNARDINO, Eliane de Castro; et al. **Marketing de Varejo**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

Bibliografia Complementar

1. GRAZZIOTIN, **A Arte do Varejo**: o pulo do gato está na compra. – 3.ed. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

Curso:	FIC em Vendedor		
Disciplina:	Comportamento Organizacional	Carga-Horária:	15h

EMENTA

Introdução ao comportamento organizacional; sistema e ambiente organizacional; tomada de decisões individual; clima e cultura organizacional; mudança organizacional; aprendizagem organizacional; e comprometimento organizacional.

PROGRAMA

Objetivos

- Apresentar aspectos do comportamento organizacional que desenvolva a percepção das funções que cada indivíduo desempenha dentro de uma organização.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Introdução ao comportamento organizacional;
2. Fatores Intervenientes no Comportamento Organizacional;
3. Clima e cultura organizacional (motivação, percepção, comunicação, dinâmica de grupo e liderança);
4. Mudanças, aprendizagem e comprometimento organizacionais.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; Estudos de *Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. HITT, Michael A. et al. **Comportamento organizacional: uma abordagem estratégica**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
2. ROBBINS, Stephen P.; MARCONDES, Reynaldo. **Fundamentos do comportamento organizacional**. - 8. ed.- São Paulo: Pearson, 2009.
3. VECCHIO, Robert P.. **Comportamento Organizacional**. - 6.ed. – São Paulo: CEGAGE Learning, 2008.

Bibliografia Complementar

1. NEWSTROM, John W.; SANTOS, Ivan Pedro Ferreira. **Comportamento organizacional: o comportamento humano no trabalho**. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.
1. DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W; PERIM, Janice Yunes. **Comportamento humano no trabalho: uma abordagem organizacional**. São Paulo: Pioneira, 1996.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

Curso:	FIC em Vendedor		
Disciplina:	Comportamento do Consumidor	Carga-Horária:	10h

EMENTA

Comportamento do consumidor; conhecendo os clientes e os mercados; análise do mercado consumidor; fatores que influenciam no comportamento do consumidor; o processo de decisão de compra do consumidor; pesquisa de comportamento de consumo; e satisfação dos clientes.

PROGRAMA

Objetivos

- Conhecer as principais características que influenciam o comportamento do consumidor, bem como as tendências mercadológicas.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Modelos de comportamento do consumidor;
2. Consumidor como indivíduo;
3. Tipos de consumidor;
4. Principais fatores que influenciam o comportamento do consumidor: motivação, percepção, atitudes, personalidades, família, classe social, grupos de referência e cultura;
5. Análise do mercado;
6. Processo de tomada de decisão do consumidor;
7. Pesquisa de comportamento de consumo; e
8. Principais fatores da satisfação do cliente.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; Estudos de *Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.
2. SOLOMON, Michel R.. **O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo**. -7.ed. – São Paulo: Bookman, 2008.

Bibliografia Complementar

1. CHETOCHINE, Georges. **O blues do consumidor: por que seu cliente não está satisfeito**. São Paulo: Financial Times – Prentice Hall, 2006.
2. PAIXAO, Márcia Valéria. **A influência do consumidor nas decisões de marketing**, Curitiba: Ipbex, 2011.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

Curso:	FIC em Vendedor		
Disciplina:	Administração de Vendas	Carga-Horária:	20h

EMENTA

O papel da área de vendas na organização; conceitos de gestão de vendas; o planejamento da administração de vendas; implementando equipe de vendas; estrutura da força de vendas; ciclo motivacional e remuneração; controle de vendas.

PROGRAMA

Objetivos

- Compreender as funções de planejamento, organização, implementação e controle na área de vendas de uma Organização.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. Conceitos iniciais da Administração de Vendas;
5. O papel da área de vendas na Organização;
6. Análise ambiental em administração de vendas;
7. Organização da equipe (Recrutamento e seleção de vendedores – Representantes autônomos x Vendedores contratados);
8. Treinamento e motivação dos vendedores;
9. Remuneração dos vendedores; e
10. Controle de Vendas.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; *Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

1. THOMÉ, Luciano; NEVES, Castro Marcos Fava. **Administração de Vendas: Planejamento, Estratégia e Gestão**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
2. GIANESI, Irineu G. N.. **Administração estratégica de serviço: operações para a satisfação do cliente**. São Paulo, SP: Atlas, 2006.
3. ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio**. Brasília: SEBRAE, 2007

Bibliografia Complementar

1. BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A..**Administração: liderança e colaboração no mundo competitivo**. 7. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2007.
2. WRIGHT, Peter; KROLL, Mark J; PARNELL, John. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2007.
3. HISRICH, Robert D. et al. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
4. GHEMAWAT, Pankaj; CUNHA, Patrícia Lessa Flores da.**A estratégia e o cenário dos negócios**. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

Curso:	FIC em Vendedor	Carga-Horária:	10h
Disciplina:	Técnicas de vendas		

EMENTA

Treinamento de equipes de vendas; Técnicas de vendas; Marketing Pessoal; Qualificações do profissional de vendas; pós-venda.

PROGRAMA

Objetivos

- Analisar as oportunidades e demais aspectos da profissão de vendedor, tendo em vista a garantia da sobrevivência das Organizações.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

1. A profissão de vendas no Brasil;
2. Mitos x verdades em vendas;
3. Tipos de vendedores;
4. Qualificações necessárias para o profissional de vendas;
5. Marketing pessoal (comunicação, aparência, visibilidade, administração do tempo, entre outras ferramentas)
6. Técnicas de apresentação de vendas;
7. Pós-venda.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; *Cases*; Atividades Lúdicas

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos.

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

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

Bibliografia Complementar

2. ROMERO, Robens Ramon. **O Novo Vendedor?** ... um homem de marketing. Disponível em: <http://www.elivros-gratis.net/elivros-gratis-marketing-e-vendas.asp> Acesso em: 26 de abril de 2013.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.

Curso:	FIC em Vendedor	Carga-Horária:	10h
Disciplina:	Gestão da Qualidade		

EMENTA

Conceituação e evolução histórica da qualidade; concepção moderna da qualidade; agentes e ambientes de atuação da gestão da qualidade.

PROGRAMA

Objetivos

- Compreender como algumas estratégias e determinados métodos utilizados na gestão da qualidade influenciam no processo de venda de produtos e serviços.

Bases Científico-Tecnológicas (Conteúdos)

8. Evolução histórica da qualidade;
9. Conceitos e concepção moderna da qualidade;
10. Agentes da gestão da qualidade;
11. Ambientes básicos de atuação da gestão da qualidade;
12. Implantação de programas da qualidade.

Procedimentos Metodológicos

Exposições dialogadas, com utilização de data show para apresentação dos *slides*; *Cases*; Atividades Lúdicas.

Recursos Didáticos

- Utilização de quadro branco
- Computador;
- Projetor multimídia; e
- Vídeos.

Avaliação

Avaliação contínua, individual ou em grupo, observando a assiduidade, participação e pontualidade e avaliação final individual.

Bibliografia Básica

2. PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão da Qualidade**: teoria e prática. – 12.ed. – São Paulo: Atlas, 2010.
3. WHITELEY, Richard C.. **A empresa voltada totalmente para o cliente**. – 24.ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 1992.

Bibliografia Complementar

3. HARGREAVES, Lourdes; ET AL. Qualidade em prestação de serviços. – 2.ed. – Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2011.

Software(s) de Apoio:

- Apresentação de slides; e
- Editor de Textos.