



Ministério da Educação  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul

# PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

**FIC EM VENDEDOR**

Naviraí - MS  
Julho, 2016



**INSTITUTO FEDERAL**  
Mato Grosso do Sul



<b>Nome da Unidade:</b> Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul – <i>Campus Naviraí</i> <b>CNPJ :</b> 10.673.078/001100
<b>Denominação:</b> Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) em Vendedor <b>Titulação conferida:</b> Vendedor. <b>Modalidade do curso:</b> Presencial  <b>Forma de oferta:</b> Formação Inicial e Continuada (FIC) <b>Eixo Tecnológico:</b> Gestão e Negócios
<b>Duração do Curso:</b> 05 meses <b>Carga Horária:</b> 184h <b>Carga horária Total:</b> 184h

<b>Data de aprovação:</b> <b>Resolução:</b>
<b>Atualização:</b>
<b>Atualização:</b>



---

**Reitor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul**

Luiz Simão Staszczak

**Pró-Reitor de Ensino**

Delmir da Costa Felipe

**Diretor de Educação Básica**

Márcio Artacho Peres

**Diretor-Geral *Campus Naviraí***

Matheus Bornelli de Castro

**Diretor de Ensino, Pesquisa e Extensão**

Wagner Antoniassi

**Equipe de elaboração do Projeto Pedagógico do Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) para Vendedor**

Afonso Henriques Silva Leite

André Carvalho Baida

Carlos Alberto Dettmer

Daniel da Silva Souza

Ivânia Patricia Laguilio

Laurentino Augusto Dantas

Karine Matilde de Souza Teixeira

Matheus Bornelli de Castro

Tatiana Lagemann L. Dettmer

Wagner Antoniassi



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>IDENTIFICAÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>HISTÓRICO DO IFMS.....</b>	<b>5</b>
2.1	HISTÓRICO DE NAVIRAÍ.....	6
<b>3</b>	<b>JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
4.1	OBJETIVO GERAL.....	7
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
<b>5</b>	<b>PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>6</b>	<b>ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....</b>	<b>8</b>
6.1.	FUNDAMENTAÇÃO LEGAL, TEÓRICA E METODOLÓGICA.....	8
6.2	MATRIZ CURRICULAR.....	9
6.3	EMENTAS E BIBLIOGRAFIAS.....	9
6.4	AÇÕES INCLUSIVAS.....	13
<b>7</b>	<b>AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM.....</b>	<b>14</b>
7.1	RECUPERAÇÃO PARALELA.....	14
<b>8</b>	<b>INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS.....</b>	<b>15</b>
8.1	ÁREA FÍSICA DO LABORATÓRIO.....	15
8.1.1	LEIAUTES DO LABORATÓRIO.....	15
8.1.2	DESCRIÇÃO SUCINTA DOS EQUIPAMENTOS DO LABORATÓRIO.....	15
8.2	LEIAUTES DAS SALAS DE AULA.....	16
8.2.1	DESCRIÇÃO SUCINTA DAS SALAS DE AULA.....	16
<b>9</b>	<b>PESSOAL DOCENTE.....</b>	<b>16</b>
<b>10</b>	<b>CERTIFICADOS.....</b>	<b>17</b>



## 1 IDENTIFICAÇÃO

**Denominação:** Vendedor

**Modalidade do curso:** Formação Inicial e Continuada (FIC)

**Eixo Tecnológico:** Gestão e Negócios

**Número de vagas oferecidas:** Conforme edital organizado pelo IFMS.

**Forma de ingresso:** Seleção conforme edital

**Tempo de duração:** 05 meses

**Carga horária total:** 184h

**Requisito de acesso:** Ensino Fundamental II (6° a 9°) completo

**Turno de funcionamento:** Conforme edital

**Público-Alvo:** Conforme edital

## 2 HISTÓRICO DO IFMS

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS) faz parte do programa de expansão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, do Ministério da Educação (MEC).

A rede integra 38 Institutos Federais, dois Centros Federais de Educação Tecnológica (Cefet); 24 Escolas Técnicas Vinculadas às Universidades Federais; a Universidade Tecnológica Federal do Paraná e o Colégio Pedro II, do Rio de Janeiro.

De acordo com a legislação, os Institutos Federais são instituições de educação superior, básica e profissional, pluricurriculares e multicampi, especializados na oferta de educação profissional e tecnológica nas diferentes modalidades de ensino, com forte inserção na área de pesquisa aplicada e na extensão.

Possuem natureza jurídica de autarquia, detentoras de autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar, com estrutura de organização e funcionamento semelhantes.

O projeto de implantação do IFMS teve início em outubro de 2007, quando foi sancionada a lei nº 11.534, que dispõe sobre a criação das escolas técnicas e agrotécnicas federais. A partir desta lei, foi instituída a Escola Técnica Federal de Mato Grosso do Sul, com sede na capital Campo Grande, e a Escola Agrotécnica Federal de Nova Andradina. Em dezembro de 2008, o governo reestruturou a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, criando 38 institutos federais pela lei nº 11.892. Surge então o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS), que integrou a escola técnica que seria implantada em Campo Grande, e a Escola Agrotécnica Federal de Nova



Andradina, que fazia parte do Projeto de Expansão da Rede Federal (Proep) em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (Bird), mas que nunca chegou a funcionar.

As duas unidades a serem implantadas passam a ser denominadas: *campus* Campo Grande e *campus* Nova Andradina do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul.

O novo projeto da Rede Federal incluiu ainda a implantação de outros cinco campi nos municípios de Aquidauana, Corumbá, Coxim, Ponta Porã e Três Lagoas, consolidando o caráter regional de atuação.

Para sua implantação, o Instituto Federal de Mato Grosso do Sul contou com a tutoria da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), por meio das Portarias nº 1.063 e nº 1.069, de 13 de novembro de 2007, do Ministério da Educação, que atribuíram à UTFPR adotar todas as medidas necessárias para o início do funcionamento do IFMS.

O *Campus* Nova Andradina iniciou as atividades em fevereiro de 2010. No ano seguinte, os outros seis campi entraram em funcionamento com a oferta de cursos técnicos integrados.

Na terceira fase de expansão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, deverão ser implantadas mais três unidades, em Dourados, Jardim e Naviraí.

## 2.1 HISTÓRICO DE NAVIRAÍ

Naviraí é o Município Polo do Cone-Sul, um dos nove Polos Urbanos Regionais do estado de Mato Grosso do Sul, a 355 km de Campo Grande. É um dos municípios pertencentes à Faixa de Fronteira.

Fundado em meados de 1952 e emancipado em 1963, Naviraí tem sua população estimada (IBGE) em 50.692 habitantes no ano de 2014 e conta com área total de 3.163 km<sup>2</sup>, estabelecendo o sexto município mais populoso do estado, possuindo ainda 37,80% da população regional.

No que se refere à situação produtiva potencial, Naviraí está inserido no Polo Sul do estado, junto com Dourados, Nova Andradina e Iguatemi, cujos setores produtivos de maior potencial são o agropecuário e os da agroindústria frigorífica e laticínios; indústria de alimentos, têxtil, vestuário e artefatos de tecidos; moageira de soja; ração animal; sementes de pastagens e cereais e embalagem.

O IFMS *campus* Naviraí encontra-se em fase de implantação, sua sede provisória está situada na Rua Hilda, 203, Bairro Boa Vista, no Centro de Educação Profissional Senador Ramez Tebet.



### **3 JUSTIFICATIVA**

A Formação Inicial e Continuada ou Qualificação Profissional é concebida, em seu aspecto global, como uma oferta educativa – específica da Educação Profissional e Tecnológica – que favorece a qualificação, a requalificação e o desenvolvimento profissional de trabalhadores nos mais variados níveis de escolaridade e de formação. Suas ações pedagógicas, de natureza teórico-prática, são planejadas para atender as 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, ou mesmo aquelas pessoas que foram excluídas dos processos educativos formais e que necessitam dessa ação educativa para dar continuidade aos estudos. Dessa forma, a Formação Inicial e Continuada ou Qualificação Profissional se compromete 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.

Conforme os dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, no ano de 2010 havia no Município de Navirai cerca de 3.530 trabalhadores dos serviços, vendedores dos comércios e mercados e mais de 6 mil pessoas em ocupações elementares ou mal definidas, com possibilidades de atuação na área de vendas. Com dados de 2014 constatou-se a existência de mais de 1.350 unidades de empresas atuantes no Município.

Apesar de existirem instituições de ensino que ofereçam cursos técnicos em nível médio ou tecnológico superior, a oferta de cursos de Formação Inicial e Continuada ou Qualificação Profissional (FIC) de nível fundamental e/ou médio ainda não tem acontecido de forma a atender às reais necessidades do crescente mercado de Mato Grosso do Sul. Da mesma forma, temos um grande contingente de trabalhadores que não tiveram a oportunidade de se qualificar nestes níveis e, conseqüentemente, não ocuparam vagas no mercado de trabalho. Portanto, a oferta de cursos FIC representa a possibilidade de inclusão social, capacitação e formação de recursos humanos.

### **4 OBJETIVOS**

#### **4.1 OBJETIVO GERAL**

- Promover a qualificação de pessoal para atuação profissional no setor de serviços, oportunizando resultados efetivos e sustentáveis no comércio varejista.





## 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender a inserção do profissional no comércio varejista, segundo o referencial teórico disponível;
- Executar as técnicas de venda e pós-venda, além das competências gerais para atuação no varejo;
- Desenvolver as habilidades técnicas para lidar com as atividades cotidianas do comércio varejista;

## 5 PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO<sup>1</sup>

O profissional com formação em Vendedor estará apto a:

- Atuar no apoio ao planejamento de vendas especializadas.
- Demonstrar produtos e serviços e concretizar vendas
- Acompanhar clientes no pós-venda.
- Constatar áreas internas da empresa.
- Sugerir políticas de vendas e participar de eventos.

## 6 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

### 6.1. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL, TEÓRICA E METODOLÓGICA

O Projeto Pedagógico do Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) em vendedor baliza-se na Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, bem como nas Diretrizes Curriculares Nacionais para os Ensinos Fundamental e Médio e Educação Profissional, além do Guia Pronatec de Cursos FIC.

A organização curricular tem por característica:

- I - atendimento às demandas dos cidadãos, do mundo do trabalho e da sociedade.
- II - conciliação das demandas identificadas com a vocação, a capacidade institucional e os objetivos do IFMS e da Instituição parceira.
- III - estrutura curricular que evidencie os conhecimentos gerais da área profissional e específica de cada habilitação, organizados em unidades curriculares.

<sup>1</sup> Em conformidade com o Catálogo Nacional de Cursos FIC (<<http://pronatec.mec.gov.br/fic/>>. Acesso em 01 jul. 2015.)





#### IV - articulação entre formação técnica e formação geral.

A conclusão deste ciclo propicia ao estudante o certificado de formação inicial e continuada em **Vendedor** e tem por objetivo dar-lhe uma formação direcionada para sua inserção no mundo do trabalho.

O Curso de Formação Inicial e Continuada em Vendedor possui uma carga horária total de 184 horas.

Os conteúdos das unidades curriculares serão apresentados nas ementas juntamente com as bibliografias básica e complementar. Ao concluir com aprovação o curso, o estudante receberá o certificado de Vendedor.

### 6.2 MATRIZ CURRICULAR

Formação	Código	Geral	
Geral		<b>Unidade Curricular</b>	<b>Carga horária (h)</b>
	LP81A	Português Básico	15
	IN81B	Informática Básica	24
	GT81C	Empreendedorismo	15
		<b>Sub-Total</b>	<b>54</b>
		<b>Específica</b>	
Específica		<b>Unidade Curricular</b>	<b>Carga horária (h)</b>
	AC82D	Custos e Formação de Preços	18
	AC82E	Processos de Vendas	21
	AC82F	Técnicas de Vendas	21
	AC82G	Direito Comercial	12
	AC82H	Laboratório de Práticas em Vendas	16
	AC82I	Matemática Comercial e Financeira	21
	AC82J	Comunicação Técnica	21
		<b>Sub-Total</b>	<b>130</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>184</b>

### 6.3 EMENTAS E BIBLIOGRAFIAS

<b>Unidade Curricular:</b> Português Básico	<b>15h</b>
<b>Ementa:</b> Aspectos normativos da língua e produção textual. Processo de comunicação oral e seus níveis de linguagem (coesão e coerência, norma culta, coloquial e neologismos e estrangeirismos).	
<b>Bibliografia Básica:</b> CEGALLA, Domingos. <b>Novíssima gramática da língua portuguesa</b> . 48 ed. rev. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008. KOCH, Ingedore V.; ELIAS, Vanda M. <b>Ler e compreender: os sentidos do texto</b> . São Paulo: Contexto, 2011. KOCH, Ingedore V.; ELIAS, Vanda M. <b>Ler e escrever: estratégias de produção textual</b> . São Paulo: Contexto, 2011.	
<b>Bibliografia Complementar:</b> BERLO, David K. <b>O processo da Comunicação: Introdução à teoria e prática</b> . São Paulo: Summus.	



1991.  
FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. **Para entender o texto: leitura e redação**. São Paulo: Ática, 1995.  
GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna**. 24. ed. Rio de Janeiro : FGV, 2004.  
SEBRAE. **Treinamento empresarial**. Campo Grande. 2003.  
VANOYE, Francis. **Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

<b>Unidade Curricular:</b> Informática Básica	<b>24h</b>
<b>Ementa:</b> Administração de arquivos, edição de textos, planilhas eletrônicas e fórmulas financeiras, slides e noções básicas de acesso à internet.	
<b>Bibliografia Básica:</b> BROOKSHEAR, J. G. <b>Ciência da Computação: uma visão abrangente</b> . 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. GASPAR, J. <b>Google Sketchup Pro 6: Passo a Passo</b> . 2. ed. São Paulo: Vetor, 2010. STALLINGS, William. <b>Arquitetura e Organização de Computadores</b> . 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.	
<b>Bibliografia Complementar:</b> CAPRON, H. L.; JHONSON, J. A. <b>Introdução à Informática</b> . 8. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004. VELLOSO, F. C. <b>Informática: Conceitos Básicos</b> . 8. ed. São Paulo: Elsevier - Campus, 2011. MOKARZEL, F, SOMA. N. <b>Introdução a ciência da computação</b> . Campus: 2008. SANTOS, A de A. <b>Informática na Empresa</b> . 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009. SILBERSCHARTZ, Abraham. <b>Fundamentos de Sistemas Operacionais</b> . 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2010.	

<b>Unidade Curricular:</b> Empreendedorismo	<b>15h</b>
<b>Ementa:</b> Conceitos de Empreendedorismo e Empreendedor. Empreendedorismo social. Características, tipos e habilidades do empreendedor. Gestão Empreendedora, Liderança e Motivação. Ferramentas úteis ao empreendedor (marketing e administração estratégica). Plano de Negócios – etapas, processos e elaboração.	
<b>Bibliografia Básica:</b> ABRANCHES, J. <b>Associativismo e Cooperativismo: como a união de pequenos empreendedores pode gerar emprego e renda no Brasil</b> . Rio de Janeiro: Interciência, 2004. CHIAVENATO, Idalberto. <b>Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor</b> . São Paulo: Saraiva, 2005. DORNELAS, José Carlos Assis. <b>Empreendedorismo: transformando ideias em negócios</b> . 3.ed.re. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2008. 293p.	
<b>Bibliografia Complementar:</b> DRUCKER, Peter F. <b>Inovação e Espírito Empreendedor</b> . Práticas e Princípios. São Paulo: Ed. Pioneira, 1994. GONÇALVES, Leandro M. <b>Empreendedorismo</b> . São Paulo. Digerati Books, 2006. BRAGHIROLI, Elaine Maraia. <b>Temas de Psicologia Social</b> . Vozes, 1999. MAXIMINIANO, Antônio César Amaru. <b>Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios</b> . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006. RAMAL, Silvina Ana. <b>Como transformar seu talento em um negócio de sucesso: gestão de negócios para pequenos empreendimentos</b> . Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.	

<b>Unidade Curricular:</b> Custos e Formação de Preços	<b>18h</b>
<b>Ementa:</b> Gestão de custos: abrangência e objetivos; custos: conceitos, elementos e classificação. Diferenças entre custos fixos e variáveis. Margem de contribuição. Avaliação de mercado para determinar preços competitivos. Formação do preço de venda.	
<b>Bibliografia Básica:</b>	



BRUNI, A. L. e FAMÁ, R. **Gestão de Custos e Formação de Preços**. São Paulo: Ed. Atlas, 2008.  
BERTÓ, D. J. BEULKE, R. **Gestão de custos**. São Paulo: Saraiva, 2006.  
MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

**Bibliografia Complementar:**

CREPALDI, S. A. **Curso básico de contabilidade de custos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.  
PEREZ JR., J. H. OLIVEIRA, L. M. COSTA, R. G. **Gestão estratégica custos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.  
LINS, Luiz S. **Gestão Empresarial com ênfase em Custos: Uma abordagem Prática**. São Paulo, Thomson, 2005.  
PEREZ JR., J. H. OLIVEIRA, L. M. COSTA, R. G. **Gestão estratégica custos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.  
NAKAGAWA, M. **ABC: custeio baseado em atividades**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

<b>Unidade Curricular:</b> Processos de Vendas	<b>21h</b>
--	------------

**Ementa:** O comércio varejista como prestação de serviços; Etapas do Processo de Vendas: abordagem, perfil do consumidor, apresentação do produto, fechamento tentativo, identificação de objeções e soluções, fechamento de venda; Pós-Venda e Fidelização; Metas.

**Bibliografia Básica:**

TRACY, Brian; MATTA, Villela da & VICTORIA, Flora. **Estratégias avançadas em vendas**. Trad. Edson Furmankiewicz. Barueri, SP: Novo Século Editora, 2014.  
RODRIGUES, Kelly P.; SILVA, Leandro C. Diniz da & ANDRADE, Alexandre Pires. **Uma análise das ações de pós-venda como estratégia de fidelização**. VIII Convibra Administração. Disponível em: [http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm\\_3038.pdf](http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_3038.pdf) . Acessado em: 12/08/2015.  
RATTO, L. **Vendas - Tecnicas de Trabalho E Mercado**. Editora SENAC NACIONAL. São Paulo.2007.

**Bibliografia Complementar:**

SOUZA, Andressa S. de. et. Al. **Evolução histórica do comércio**: passado, presente e futuro do diversificado comércio. Amazônia em Foco, Castanhal. v.1, n.1, p. 80-98, jul./dez, 2012. Disponível em: <http://revista.fcat.edu.br/index.php/path/article/view/10> . Acessado em : 24/08/2015.  
RACKHAM, N. **REINVENTANDO A GESTÃO DE VENDAS**. Editora: ELSEVIER EDITORA, 2007.  
GITOMER, J. **A Bíblia de Vendas**. São Paulo. M. Books, 2010.  
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Técnicas de Vendas: como vender e obter bons resultados**. – 3.ed. – São Paulo: Atlas, 2004.  
SILVA, Amanda Kelly da & et.al. **Técnicas de Vendas: uma ferramenta para alavancar as receitas**. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/encontro2009/trabalho/aceitos/CC36962906889.pdf>. Acessado em: 12/08/2015.  
MARTINS, C. A. et. al. **Técnicas de Vendas**. Ed. FGV. 2009.

<b>Unidade Curricular:</b> Técnicas de Vendas	<b>21h</b>
---	------------

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

**Bibliografia Básica:**

TRACY, Brian; MATTA, Villela da & VICTORIA, Flora. **Estratégias avançadas em vendas**. Trad. Edson Furmankiewicz. Barueri, SP: Novo Século Editora, 2014.  
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Técnicas de Vendas: como vender e obter bons resultados**. – 3.ed. – São Paulo: Atlas, 2004.  
RATTO, L. **Vendas - Tecnicas de Trabalho E Mercado**. Editora SENAC NACIONAL. São Paulo.2007.

**Bibliografia Complementar:**

SILVA, Amanda Kelly da & et.al. **Técnicas de Vendas: uma ferramenta para alavancar as receitas**. Disponível em: <http://www.unisalesiano.edu.br/encontro2009/trabalho/aceitos/CC36962906889.pdf>. Acessado em: 12/08/2015.  
MARTINS, C. A. et. al. **Técnicas de Vendas**. Ed. FGV. 2009.  
SILVA, Adriane da & VOSS, Jilian Cristina. **Um estudo sobre fidelização dos clientes**. Faculdade de Tecnologia de Santa Catarina. [s.e.]. [s.a.]. Disponível em: <http://www.bm.edu.br/fatesc.edu.br/wp->



content/blogs.dir/3/files/pdf/tccs/fidelizacao\_dos\_clientes.pdf . Acessado em: 24/08/2015.  
ROMERO, Robens Ramon. **O Novo Vendedor? ... um homem de marketing**. Disponível em:  
<http://www.elivrosgratis.net/elivros-gratis-marketing-e-vendas.asp> . Acessado em: 26 de abril de 2013.  
GITOMER, J. **A Bíblia de Vendas**. São Paulo. M. Books, 2010.

<b>Unidade Curricular:</b> Direito Comercial	<b>12h</b>
<b>Ementa:</b> Princípios das relações comerciais. Noção geral de direitos do consumidor.	
<b>Bibliografia Básica:</b> RIBEIRO, Cláudia & MENEZES, Priscilla. <b>Teoria Geral do Direito Empresarial</b> . Rio de Janeiro: FGV, 2014. Disponível em: <a href="https://diretorio.fgv.br/sites/diretorio.fgv.br/files/u100/advocacia_empresarial_2014-2.pdf">https://diretorio.fgv.br/sites/diretorio.fgv.br/files/u100/advocacia_empresarial_2014-2.pdf</a> . Acessado em: 11/12/2015. BRASIL. <b>Lei Federal 8.078 de 1990</b> . Brasília, 1990. Disponível em: <a href="http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm">http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm</a> . Acessado em: 24/08/2014. PROCON. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. <b>Cartilha do Consumidor</b> . Alagoas, 1999. Disponível em: <a href="http://www.procon.al.gov.br/legislacao/cartilhadoconsumidor.pdf">http://www.procon.al.gov.br/legislacao/cartilhadoconsumidor.pdf</a> . Acessado em: 24/08/2015.	
<b>Bibliografia Complementar:</b> SOARES, Carlos Dalmiro S. <b>Resumo de Direito Comercial</b> . [s.e.] [s.d.]. Disponível em: <a href="http://www.jurisite.com.br/apostilas/direito_comercial.pdf">http://www.jurisite.com.br/apostilas/direito_comercial.pdf</a> . Acessado em 11/12/2015. JÚNIOR W. F. <b>Manual de Direito Comercial</b> . Editora: Atlas. São Paulo. Edição: 17ª. 2016. RAMOS A. L. S. C. <b>Direito Empresarial Esquematizado</b> . Editora: Método. São Paulo. 2016. NUNES, Rizzatto. <b>Curso de direito do consumidor</b> . Editora: SARAIVA. 2014. NEVES D. ;TARTUCE F. <b>Manual de Direito do Consumidor. Direito Material e Processual</b> . São Paulo. Editora: Método. 2016.	

<b>Unidade Curricular:</b> Laboratório de Práticas em Vendas	<b>16h</b>
<b>Ementa:</b> Desenvolvimento de habilidades em vendas. Aplicação prática dos conteúdos de aprendizagem ou <i>savoir-faire</i> . Simulação dos espaços comerciais.	
<b>Bibliografia Básica:</b> TRACY, Brian; MATTA, Villela da & VICTORIA, Flora. <b>Estratégias avançadas em vendas</b> . Trad. Edson Furmankiewicz. Barueri, SP: Novo Século Editora, 2014. GORDON, I. <b>Marketing de relacionamento: estratégias, técnicas e tecnologia para conquistar clientes e mantê-los para sempre</b> . São Paulo: Futura, 1998. SILVA, Adriane da & VOSS, Jilian Cristina. <b>Um estudo sobre fidelização dos clientes</b> . Faculdade de Tecnologia de Santa Catarina. [s.e.]. [s.a.]. Disponível em: <a href="http://www.bm.edu.br/fatesc.edu.br/wp-content/blogs.dir/3/files/pdf/tccs/fidelizacao_dos_clientes.pdf">http://www.bm.edu.br/fatesc.edu.br/wp-content/blogs.dir/3/files/pdf/tccs/fidelizacao_dos_clientes.pdf</a> . Acessado em: 24/08/2015.	
<b>Bibliografia Complementar:</b> MARTINS, C. A. et. al. <b>Técnicas de Vendas</b> . Ed. FGV. 2009. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. <b>Técnicas de Vendas: como vender e obter bons resultados</b> . – 3.ed. – São Paulo: Atlas, 2004. SILVA, Amanda Kelly da & et.al. <b>Técnicas de Vendas: uma ferramenta para alavancar as receitas</b> . Disponível em: <a href="http://www.unisalesiano.edu.br/encontro2009/trabalho/aceitos/CC36962906889.pdf">http://www.unisalesiano.edu.br/encontro2009/trabalho/aceitos/CC36962906889.pdf</a> . Acessado em: 12/08/2015. GITOMER, J. <b>A Bíblia de Vendas</b> . São Paulo. M. Books, 2010. RATTO, L. <b>Vendas - Tecnicas de Trabalho E Mercado</b> . Editora SENAC NACIONAL. São Paulo.2007.	

<b>Unidade Curricular:</b> Matemática Comercial e Financeira	<b>21h</b>
<b>Ementa:</b> Finanças e operações básicas: adição, subtração, multiplicação e divisão; Porcentagem; juros; sistema de amortização. Utilizar diferentes estratégias de resoluções de problemas envolvendo conceitos básicos da matemática. Resolver operações da Matemática Comercial e Financeira, envolvendo operações com porcentagem, juros simples e compostos, amortização e outras. Identificar diferentes representações e significados de números e operações no contexto social. Identificar, transformar e traduzir valores apresentados sob diferentes formas de representação. Elaborar estratégias de resolução	





de problemas envolvendo números naturais, inteiros e racionais utilizando cálculo mental ou calculadoras.

**Bibliografia Básica:**

NASCIMENTO, Marco Aurélio. **Introdução à Matemática Financeira**. São Paulo: SARAIVA, 2011.  
CRESPO, A. A. **Matemática Comercial e Financeira**. São Paulo: Editora Saraiva. 1999.  
VASCONCELOS, F. C. de. **Matemática Financeira com ajuda do computador**. Ícone Editora Ltda. 1987.

**Bibliografia Complementar:**

IEZZI, G. et al. **Matemática e realidade**: Ensino fundamental - 5ª série. São Paulo: Atual Editora, 2005.  
HORIGUTI, A. M. et al. **Matemática Comercial e Financeira**. Editora: Érica; Edição: 1ª. São Paulo. 2014.  
GOMES M. R **Matemática Financeira E Comercial**. Ed.Ferreira. 2009.  
NASCIMENTO S. V. **MATEMÁTICA COMERCIAL E FINANCEIRA**. Editora: Ciência Moderna. São Paulo. 2010.  
CRESPO A. A. **Matemática Financeira Fácil**. Ed.Saraiva. São Paulo. 2013.

<b>Unidade Curricular:</b> Comunicação Técnica	<b>21 h</b>
<b>Ementa:</b> Recursos técnicos: montagem de slides, formatação e edição de textos, noções básicas de normas técnicas ABNT. Gêneros orais: palestra, oficina, minicurso e workshop. Gêneros escritos: resumo, fichamento, resenha, ofício, currículo e relatório.	
<b>Bibliografia Básica</b> BAKTHIN, M. <b>Os gêneros do discurso</b> . In: <i>Estética da criação verbal</i> . São Paulo: Martins Fontes, 1992. BLINKSTEIN, I. <b>Técnicas de comunicação escrita</b> . 22. ed. São Paulo: Ática, 2006. DIONÍSIO, A.; MACHADO, A.R.; BEZERRA, M.A.; <b>Gêneros textuais e ensino</b> . 2º ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.	
<b>Bibliografia Complementar:</b> BAGNO, M.. <b>Pesquisa na Escola</b> . São Paulo: Loyola, 1998. CITELLI, A. <b>Linguagem e Persuasão</b> . 15. ed. São Paulo: Ática, 2002. MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. <b>Técnicas de Pesquisa</b> . 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008. FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. <b>Lições de texto: leitura e redação</b> . 5. ed. São Paulo: Ática, 2006. MARCUSCHI, L.A.. <b>Produção de texto, análise de gêneros e compreensão</b> . São Paulo: Parábola Editorial, 2008.	

#### 6.4 AÇÕES INCLUSIVAS

Nos cursos de Formação Inicial e Continuada ou Qualificação Profissional (FIC) do IFMS estão previstos mecanismos que garantam a inclusão de estudantes portadores de necessidades especiais, a expansão do atendimento a negros e índios, conforme o Decreto nº 3.298/99.

O Núcleo de Apoio a Pessoas com Necessidades Específicas – NAPNE do *campus* em parceria com o NUGED e grupo de docentes, proporá ações específicas direcionadas tanto a aprendizagem como a socialização desses estudantes.



A parceira com outras instituições especializadas possibilitará uma melhoria no acompanhamento e na orientação dos estudantes com alguma deficiência, bem como aos de altas habilidades.

É fundamental envolver a comunidade educativa para que as ações sejam contínuas e, portanto, tenham êxito.

## 7 AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

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

A avaliação da aprendizagem do estudante do Curso de Formação Inicial e Continuada abrange o seguinte:

- I. Verificação de frequência;
- II. Avaliação do aproveitamento.

Considerar-se-á **aprovado** por média o estudante que tiver frequência às atividades de ensino em todo o curso igual ou superior a 75% da carga horária e média final igual ou superior a 7,0 (sete).

O estudante com Média Final inferior a 7,0 (sete) e/ou com frequência inferior a 75% será considerado reprovado. As notas finais deverão ser publicadas em locais previamente comunicados aos estudantes até a data limite prevista em calendário escolar.

**Obs.:** o estudante matriculado poderá requerer convalidação das disciplinas do módulo I, caso já esteja aprovado em algum outro curso de formação inicial continuada ofertada no IFMS, considerando:

- i. A carga-horária igual ou superior do curso FIC de Vendedor; e,
- ii. Conteúdo equivalente a 80% do curso FIC de Vendedor.

### 7.1 RECUPERAÇÃO PARALELA

A recuperação paralela é um direito do estudante e ocorrerá, quando necessário, de maneira contínua e processual, durante o semestre letivo, e tem o objetivo de retomar conteúdos onde foram detectadas dificuldades.

O horário de permanência do professor, que ocorre semanalmente no contraturno da aula regular, possibilita um atendimento individualizado ao estudante e conseqüentemente, um redirecionamento de sua aprendizagem.

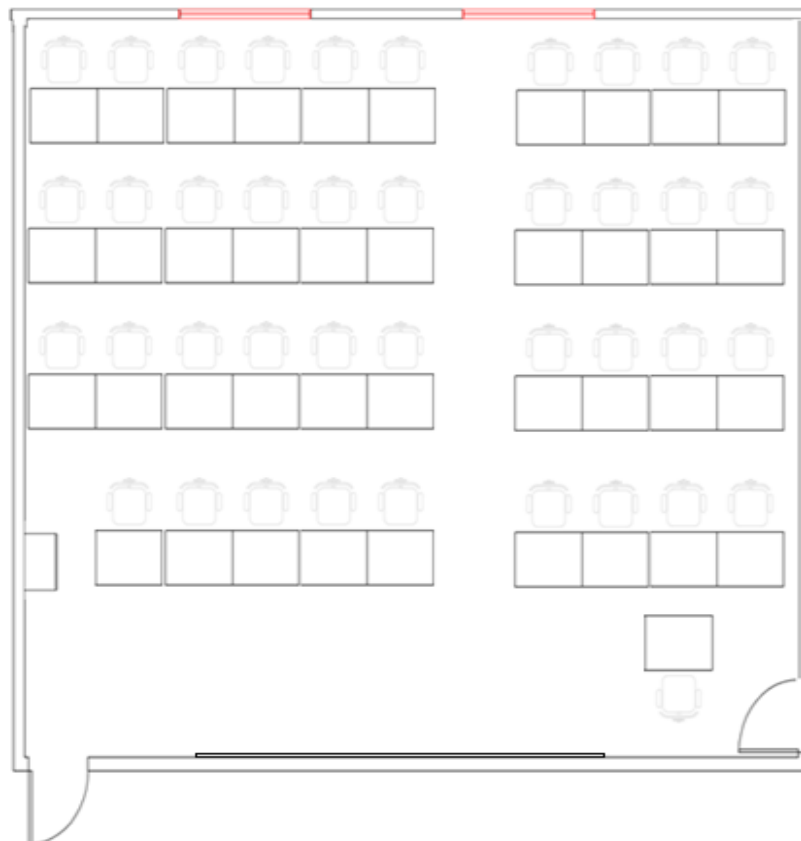
## 8 INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

### 8.1 ÁREA FÍSICA DO LABORATÓRIO

NOME DO LABORATÓRIO	ÁREA FÍSICA
Laboratório de Informática	60,62 m <sup>2</sup>

#### 8.1.1 LEIANTES DO LABORATÓRIO

**Figura 1: Layouts de laboratório com capacidade para 40 estudantes**



#### 8.1.2 DESCRIÇÃO SUCINTA DOS EQUIPAMENTOS DO LABORATÓRIO

NOME DO LABORATÓRIO	EQUIPAMENTOS EXISTENTES
Laboratório de Informática A	40 microcomputadores, condicionador de ar, mesas e cadeiras para 40 estudantes e 1 professor.





## 8.2 LEIAUTES DAS SALAS DE AULA

**Figura: Layouts das salas de aula para 40 estudantes**



### 8.2.1 DESCRIÇÃO SUCINTA DAS SALAS DE AULA

SALA DE AULA	EQUIPAMENTOS EXISTENTES
05 salas	37 carteiras universitárias para destros 03 para canhotos, condicionador de ar, mesa e cadeira para 1 professor, quadro negro (giz)

## 9 PESSOAL DOCENTE

Unidade Curricular	Docente	Formação
Português Básico	Jozil dos Santos	Graduação em Letras.
Comunicação Técnica	Jozil dos Santos	Graduação em Letras.
Empreendedorismo	André Carvalho Baida	Graduação em Administração/Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos ou Gestão Empresarial/ Ciências Sociais/Filosofia ou áreas afins.
Informática Básica	Wagner Antoniassi	Ciência da Computação Matemática
Matemática Comercial e Financeira	Tatiana Lagemann Dettmer	Graduação em Matemática
Custos e Formação de Preços	Carlos Alberto Dettmer	Graduação em Administração/Tecnologia em Gestão Empresarial
Processos de Vendas	Daniel da Silva Souza	Graduação em Ciências Humanas/ Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos/ou áreas afins.
Técnicas de Vendas	Daniel da Silva Souza	Graduação em Ciências Humanas/ Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos/ou áreas afins.
Direito Comercial	Laurentino Augusto Dantas	Graduação em Direito/ou graduação.
Laboratório de Práticas em Vendas	Daniel da Silva Souza	Graduação em Ciências Humanas/ ou áreas afins.



---

## 10 CERTIFICADOS

O IFMS conferirá ao estudante que tiver concluído todas as unidades curriculares da matriz curricular o certificado de **Vendedor**.