



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RS
CAMPUS AVANÇADO DE FARROUPILHA**

PROJETO PEDAGÓGICO

CURSO TÉCNICO EM VENDAS

Farroupilha - RS, julho de 2011.

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Dados gerais – tipo: Curso Técnico – Concomitante e Subsequente.

Modalidade: Presencial

Denominação do Curso: Curso Técnico em Vendas

Habilitação: Técnico em Vendas

Local de oferta: IFRS – Campus Avançado de Farroupilha. Av. São Vicente, 785 – Esquina com Rodovia dos Romeiros – Bairro Cinquentenário – Farroupilha – RS.

Turno de funcionamento: Noturno

Número de vagas: 40 (quarenta) vagas

Periodicidade de oferta: Anual

Carga horária total: 800 horas

Tempo de integralização: 12 (doze) meses letivos

Mantida: Instituto Federal de Educação Ciência, e Tecnologia do Rio Grande do Sul

Corpo dirigente do Campus:

Augusto Massashi Horiguti - Diretor Geral
augusto.horiguti@farroupilha.ifrs.edu.br

Jorge da Luz Matos - Coordenador de Ensino
jorge.matos@farroupilha.ifrs.edu.br

José Edson Azevedo da Silva - Representante de Curso
edson.azevedo@farroupilha.ifrs.edu.br

SUMÁRIO

<u>1.APRESENTAÇÃO.....</u>	<u>4</u>
<u>2.JUSTIFICATIVAS.....</u>	<u>5</u>
<u>3.OBJETIVOS.....</u>	<u>6</u>
<u>1.Objetivo Geral.....</u>	<u>6</u>
<u>2.Objetivos Específicos.....</u>	<u>6</u>
<u>4.CARACTERIZAÇÃO DO CAMPUS.....</u>	<u>7</u>
<u>5.PERFIL DO PROFISSIONAL EGRESSO</u>	<u>7</u>
<u>1.Áreas de atuação.....</u>	<u>8</u>
<u>6.PERFIL DO CURSO.....</u>	<u>8</u>
<u>7.REQUISITOS DE INGRESSO NO CURSO.....</u>	<u>8</u>
<u>8.NÚMERO DE VAGAS.....</u>	<u>8</u>
<u>9.FREQUÊNCIA.....</u>	<u>9</u>
<u>10.MATRIZ CURRICULAR.....</u>	<u>9</u>
<u>11.EMENTAS.....</u>	<u>10</u>
<u>12.CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM.....</u>	<u>21</u>
<u>1.Expressão dos resultados.....</u>	<u>21</u>
<u>2.Da Recuperação.....</u>	<u>22</u>
<u>3.Aproveitamento de Estudos Anteriores.....</u>	<u>22</u>
<u>13.ESTÁGIO.....</u>	<u>22</u>
<u>14.INSTALAÇÕES, EQUIPAMENTOS E BIBLIOTECA.....</u>	<u>22</u>
<u>1.Recursos materiais.....</u>	<u>22</u>
<u>2.Biblioteca.....</u>	<u>23</u>
<u>3.Laboratórios de informática.....</u>	<u>23</u>
<u>15.PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO-ADMINISTRATIVOS.....</u>	<u>23</u>
<u>16.DIPLOMA DE CONCLUSÃO DO CURSO.....</u>	<u>24</u>
<u>17.CASOS OMISSOS.....</u>	<u>24</u>

1. APRESENTAÇÃO

Escola do segmento comunitário, construída e equipada com recursos do Programa de Expansão da Educação Profissional – PROEP, do Ministério da Educação, a Escola de Educação Profissional de Farroupilha nasceu do parecer CEED nº 060/2002 e da articulação de parceria entre a Prefeitura Municipal de Farroupilha, a Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Farroupilha – CICS, o Sindicato das Indústrias de Material Plástico do Nordeste Gaúcho – SIMPLAS e o Conselho Regional de Desenvolvimento da Serra – COREDE/Serra. Entrou em funcionamento no primeiro semestre letivo de 2002, com a oferta de quatro cursos técnicos. Em 2005, passou a oferecer oito cursos, todos de acordo com as demandas do mercado produtivo regional, visando às condições que possibilitaram ao educando o desenvolvimento de competências técnicas e empreendedoras, bem como sua inserção no processo de transformação da sociedade.

A federalização da então Escola Técnica de Farroupilha (ETFAR), a partir de 2010, permitiu a integração dos alunos ao recém-criado Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), Campus Avançado de Farroupilha, condição de resposta às demandas comunitárias e de ampliação pela abertura de novos cursos de natureza técnica e tecnológica. O IFRS – Campus Avançado de Farroupilha conta com cursos técnicos em Eletrônica, Eletrotécnica, Metalurgia, Plásticos, Informática e Redes de Computadores, além do Curso Técnico em Informática Integrado ao Ensino Médio e do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais. Justificada pelo contexto de transformação acadêmica, ampliando possibilidades e buscando criar um pólo de excelência na formação de professores, o campus obteve recentemente a homologação do Curso de Formação de Professores para os Componentes Curriculares da Educação Profissional, curso com início previsto para o segundo semestre letivo de 2011.

O IFRS – Campus Avançado de Farroupilha tem suas instalações em proximidade à área industrial do município de Farroupilha e está equipado com uma estrutura específica e adequada ao desenvolvimento de cada curso constituído. Os cursos são ofertados na modalidade presencial, atendendo ao público certificado no ensino médio, trabalhadores do comércio e da indústria, professores da rede pública e privada, e demais profissionais da região.

O Curso Técnico em Vendas visa atender as demandas locais e regionais no que tange a capacitação técnica e a formação do profissional de vendas, tomando como base as

áreas: marketing, finanças, comunicação, relações humanas, e aspectos legais, conforme mostra a figura abaixo.



FIGURA 1: Curso Técnico em Vendas.

2. JUSTIFICATIVAS

Em virtude do aquecimento econômico promovido nos últimos anos, fruto principalmente da globalização, as relações comerciais, juntamente com o universo das vendas vêm sofrendo drásticas mudanças. Grande parte delas advém das modificações de como os clientes realizam suas compras, tornando-se mais exigentes e sofisticados, buscando não apenas um produto ou serviço, mas uma solução para suas necessidades. Dessa forma esperam que os vendedores, representantes diretos das empresas, os auxiliem a encontrar soluções para seus problemas.

A Região Nordeste do Rio Grande do Sul compreende 32 municípios que integram o Conselho Regional de Desenvolvimento da Serra – COREDE/Serra, nos quais se destacam Caxias do Sul, Farroupilha e Bento Gonçalves cuja atividade econômica é predominantemente industrial. O primeiro com mais de 3.700 indústrias, representa mais de 46% do número de estabelecimentos observados no total do COREDE. Já Bento Gonçalves e Farroupilha, em valores relativos, representam 12,16% e 9,13%, respectivamente.

O município de Farroupilha possui 63.293 habitantes segundo fontes do último senso do IBGE de 2010. O Produto Interno Bruto (PIB) municipal é de R\$ 1.278.072,00 (IBGE, 2008) que coloca a cidade na 25ª posição do ranking estadual, demonstrando sua força econômica frente aos demais 495 municípios que integram o ranking.

Farroupilha conta atualmente, de acordo dados da Secretaria Municipal de Finanças, com um parque fabril constituído por 4.615 empresas destacando-se os setores de comércio e serviços com 66,31% dos estabelecimentos sito no município.

Dada a representatividade destes setores, na economia local e regional, e a escassa oferta de cursos para qualificação profissional a serviço destes segmentos, evidencia-se a oportunidade de ampliar a oferta de vagas no Campus Avançado de Farroupilha no Curso Técnico de Vendas, proporcionando um diferencial competitivo para as empresas locais.

O Curso Técnico em Vendas surge como resposta às demandas manifestadas pela Audiência Pública de 08 de abril de 2010 que envolveu além do corpo dirigente do IFRS – Campus Avançado de Farroupilha e dos respectivos servidores e alunos, os diversos segmentos da comunidade local – representantes da Prefeitura Municipal e da Câmara de Vereadores de Farroupilha, Presidente da Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Farroupilha (CICS), sindicatos de trabalhadores e empresários e demais integrantes da sociedade civil. Os participantes da audiência definiram, entre outras coisas, conceder prioridade à abertura de curso técnico destinado à área do comércio, com expectativa de início entre os anos de 2012 e 2013.

Neste sentido, o IFRS – Campus Avançado de Farroupilha vem oferecer um curso que visa atender as expectativas da comunidade local, preparando além dos trabalhadores atuantes no setor de serviços, aqueles que buscam ingressar no mercado como profissional de vendas.

3. OBJETIVOS

1. Objetivo Geral

Qualificar profissionais para atuação no mercado de trabalho relacionado a área de vendas e serviços, ampliando o conhecimento e o domínio no uso de ferramentas de negociação.

2. Objetivos Específicos

- Promover o desenvolvimento intelectual na ampliação do conhecimento técnico;

- Fornecer ferramentas elementares para atuação técnica profissional competente;
- Desenvolver habilidades de relacionamento interpessoal;
- Fomentar o comportamento empreendedor visando o desenvolvimento pró-ativo;
- Favorecer a obtenção de melhores resultados no seu setor de atuação.

4. CARACTERIZAÇÃO DO CAMPUS

O IFRS - Campus Farroupilha tem suas instalações em proximidade à área industrial do Município de Farroupilha e está equipado com laboratórios específicos para cada curso oferecido. Atua na formação técnica de nível médio, modalidade concomitante externo, como Técnico em Metalurgia, Técnico em Plásticos, Técnico em Mecânica, Técnico em Redes de Computadores, Técnico em Eletrônica e Técnico em Eletrotécnica, na modalidade integrada no Técnico de Informática e no Ensino Superior com os Cursos de Formação de Professores e Tecnólogo em Processos Gerenciais.

Os cursos são ofertados na modalidade presencial e incluem atuação na atividade de estágio, atendem ao público certificado no ensino médio, e trabalhadores da indústria da região.

5. PERFIL DO PROFISSIONAL EGRESSO

O egresso do Curso Técnico em Vendas deverá ser um profissional capaz de:

- Identificar e desempenhar ações relativas a negociação efetiva e fidelização dos clientes;
- Utilizar ferramentas financeiras na solução de problemas e negociação com vistas a obtenção de melhores resultados.
- Ser hábil na tarefa de comunicação, expressão e gerenciamento da informação.
- Compreender a complexidade dos fenômenos humanos como condição do trabalho em equipe e da liderança responsável.
- Conhecer os limites éticos e legais que condicionam a atividade do profissional de vendas.

1. Áreas de atuação

O profissional egresso do Curso Técnico em Vendas poderá atuar nos mais diversos setores onde se encontra as relações mercantis, desde lojas e estabelecimentos comerciais, parte mais visível de sua ação, nos quais se ocupa da integralidade do processo de compra/venda, até as ocupações que requeiram apresentação de produtos e serviços, bem como a atuação na atividade comercial autônoma.

6. PERFIL DO CURSO

O Curso Técnico em Vendas possui a duração de 800 (oitocentas) horas distribuídas em três módulos consecutivos, além do estágio profissional não obrigatório, apresentados conforme a figura abaixo:

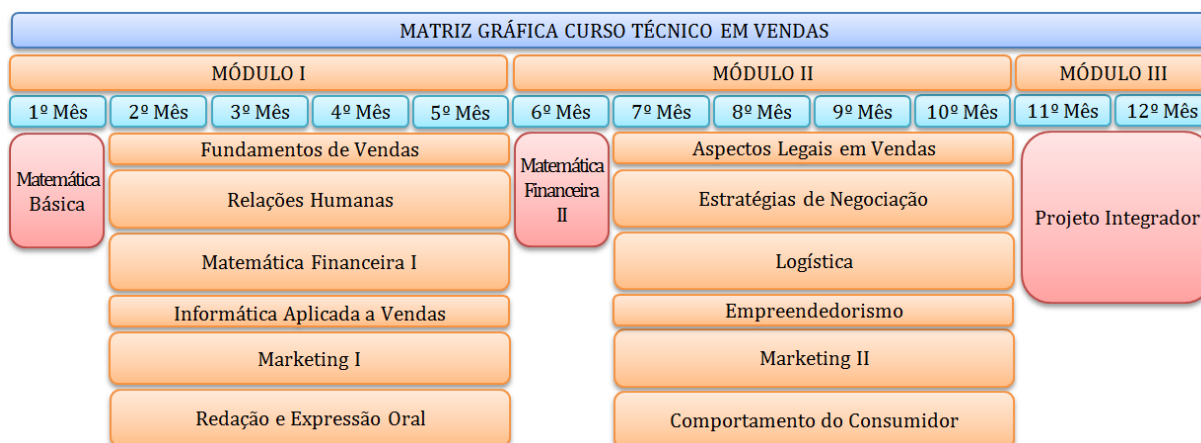


FIGURA 2: Matriz Gráfica do Curso Técnico em Vendas.

7. REQUISITOS DE INGRESSO NO CURSO

1. O candidato ao Curso Técnico em Vendas deverá estar cursando o último ano ou ter concluído o Ensino Médio, submetendo-se a processo seletivo organizado especialmente para este fim pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS).

8. NÚMERO DE VAGAS

O curso ofertará 40 (quarenta) vagas no turno da noite, com ingresso anual.

9. FREQUÊNCIA

A frequência mínima exigida para aprovação em cada componente curricular equivale a 75% das aulas programadas e oferecidas, conforme legislação vigente. O aluno que ultrapassar o percentual máximo de 25% de faltas será considerado reprovado no componente curricular. O controle de frequência será realizado pelo professor em sala de aula, através de registro de presenças e faltas no diário de classe. As eventuais ausências em sala de aula poderão ser justificadas, desde que estejam de acordo com a legislação vigente, sendo de exclusiva responsabilidade do aluno a apresentação e registro das justificativas na Coordenação de Ensino.

10. MATRIZ CURRICULAR

Os componentes curriculares do Curso Técnico em Vendas e suas respectivas cargas horárias estão definidos conforme a representação gráfica expressa na tabela a seguir:

Módulo	Código	Disciplina	C.H.	Horas Totais
I	VND10	Matemática Básica*	40,0	355,0
	VND11	Fundamentos de Vendas	31,5	
	VND12	Relações Humanas	63,0	
	VND13	Matemática Financeira I	63,0	
	VND14	Informática Aplicada a Vendas	31,5	
	VND15	Marketing I	63,0	
	VND16	Redação e Expressão Oral	63,0	
II	VND20	Matemática Financeira II*	40,0	355,0
	VND21	Aspectos Legais em Vendas	31,5	
	VND22	Empreendedorismo	31,5	
	VND23	Logística	63,0	
	VND24	Marketing II	63,0	
	VND25	Estratégias de Negociação	63,0	
	VND26	Comportamento do Consumidor	63,0	
III	VND30	Projeto Integrador*	90,0	90,0
				800,0

TABELA 1: Matriz Curricular Curso Técnico em Vendas.

* Componentes curriculares oferecidos em regime intensivo.

11. EMENTAS

MÓDULO I

VND10 – Matemática Básica – Carga Horária: 40 h

Ementa

Equações de 1º e 2º graus, logarítmicas, exponenciais. Razão e proporção. Regra de três simples e composta.

Bibliografia Básica

- BONJORNO, José Roberto; GIOVANNI, José Ruy. **Matemática Completa**. 2ª ed. São Paulo: FTD, 2005.
- DANTE, Luiz Roberto. **Matemática**. 1ª ed. São Paulo: Ática, 2005.
- IEZZI, Gelson [et. al]. **Matemática**. Vol. único. 4ª ed. Atual, 2007.

Bibliografia Complementar

- ALVARENGA, Rodrigo Arraes. **Evoluindo com a matemática financeira**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna.
- IEZZI, Gelson [et. al]. **Fundamentos de Matemática Elementar: conjuntos, funções**. Vol. 01. 8ª ed. Atual, 2004.
- IEZZI, Gelson [et. al]. **Fundamentos de Matemática Elementar: logaritmos**. Vol. 02. 8ª ed. Atual, 2004.
- IEZZI, Gelson [et. al]. **Fundamentos de Matemática Elementar: matemática comercial, financeira e estatística**. Vol. 11. 8ª ed. Atual, 2004.
- PAIVA, Manoel. **Matemática Paiva 1: ensino médio**. 1ª ed. São Paulo: Moderna, 2009.

VND11 – Fundamentos de Vendas – Carga Horária: 31,5 h

Ementa

Histórico do comércio, o profissional de vendas, áreas de atuação, desafios, perspectivas e valorização do profissional de vendas, perfil do vendedor, processo decisório e administração do tempo.

Bibliografia Básica

- FUTRELL, Charles M. **Vendas: fundamentos e novas práticas de gestão**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Vendas**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amarau. **Administração para Empreendedores**. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2010.

Bibliografia Complementar

- ALBRECHT, Karl. **Revolução nos Serviços**. 1ª ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 1992.
- COBRA, Marcos. **Administração de Vendas**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- HAMPTON, David R. **Administração contemporânea: teoria, prática e casos**. 3ª ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1992.
- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- SILVA, Reinaldo O. da. **Teorias da Administração**. 1ª ed. São Paulo: Prentice Hall – Br, 2007.

VND12 – Relações Humanas – Carga Horária: 63 h

Ementa

O fenômeno da liderança. Características do líder e dos grupos. Os estilos de liderança. A motivação e suas teorias. Motivação no trabalho. A ética e as relações da empresa com seus Stakeholders. Responsabilidades éticas e legais em vendas. Estudo de casos e dilemas morais aplicados às situações de vendas.

Bibliografia Básica

- BERGAMINI, C. W. **Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento organizacional**. São Paulo: Atlas, 2005.
- MATTAR, João. **Filosofia e ética na administração**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial: o ciclo virtuoso dos negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

Bibliografia Complementar

- ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodriguez. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2003.
- CHAUI, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2010.
- GRAMIGNA, Maria Rita. **Formando líderes**. Porto Alegre: Pearson, 2007.
- HORGREN, Charles et al. **O abuso do poder e o privilégio nas organizações**. Porto Alegre: Pearson, 2000.

- ZANELLI, José Carlos, BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo e BASTOS, Antônio Virgílio Bittencourt. **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil**. 1ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

VND13 – Matemática Financeira I – Carga Horária: 63 h

Ementa

Porcentagem. Operações sobre mercadorias (lucro/prejuízo sobre a venda/compra). Juros e desconto simples. Operações com taxas. Equivalência financeira.

Bibliografia Básica

- ASSAF NETO, Alexandre. **Matemática Financeira e Suas Aplicações**. 11ª ed. São Paulo: Atual, 2009.
- BRUNI, Adriano Leal. **Matemática Financeira: com HP 12 C**. 5ª ed. São Paulo. Atlas, 2008.
- PUCCINI, Abelardo de Lima. **Matemática Financeira Objetiva e Aplicada**. 8ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

Bibliografia Complementar

- ALVARENGA, Rodrigo Arraes. **Evoluindo com a matemática financeira**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna.
- BRANCO, Anísio Costa Castelo. **Matemática financeira aplicada: método algébrico, HP-12 C, Microsoft Excel**. 3ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- SILVA, André Luiz Carvalhal. **Matemática Financeira Aplicada**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- VERAS, Lilia Ladeira. **Matemática Financeira**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. **Matemática Financeira**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VND14 – Informática Aplicada a Vendas – Carga Horária: 31,5 h

Ementa

Uso da Internet como ferramenta de pesquisa – sites de órgãos regulamentadores, legislação, novos produtos, tendências, mercados, mapas e logística. Editores de texto – modelos de propostas de vendas, cartas de apresentação, mala direta. Planilhas eletrônicas – operações matemáticas, cálculos, fórmulas, gráficos. Editores de Apresentação – elaborar demonstrações de produtos

e propostas de vendas. Correio Eletrônico – grupo de contatos – clientes. Banco de dados e sistema de informação e automação comercial.

Bibliografia Básica

- ARLE, MI e BERTOLA, D. **Guia prático de Informática**. São Paulo: Cronus, 2008.
- CORREIA NETO, J. **Excel Para Profissionais de Finanças**. Rio de Janeiro: Campus, 2006
- SILVA, Mario Gomes. **Informática: terminologias básicas**. São Paulo: Érica, 2010.

Bibliografia Complementar

- ALMEIDA, Jarbas Thounahy Santos. **Cálculos Financeiros com Excel e HP-12 C**. Florianópolis: Visual Books, 2008
- CORNACHIONE Jr., Edgard. **Informática aplicada às áreas de contabilidade, administração e economia**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- GARCIA, Marcus. **Informática aplicada a Negócios**. São Paulo: Brasport, 2005
- PEREIRA, M S A. **Excel Para Contadores**. IOB, 2009
- SANTOS, Aldemar de A. **Informática na Empresa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VND15 – Marketing I – Carga Horária: 63 h

Ementa

Conceito de marketing. Estratégia de Marketing. Ferramentas do Marketing. Excelência em Marketing.

Bibliografia Básica

- COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. 3ª ed. São Paulo: Campus, 2008.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Education, 2006.
- LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de Serviços**. 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

Bibliografia Complementar

- ALBRECHT, Karl. **Revolução nos Serviços**. 1ª ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 1992.

- GARCIA, Maria Tereza (org.) **Marketing & Comunicação para Pequenas Empresas**. São Paulo: Novatec, 2006.
- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para Micro e Pequena Empresa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à Pesquisa de Marketing**. 1ª ed. São Paulo: Pearson Education, 2005.

VND16 – Redação e Expressão Oral – Carga Horária: 63 h

Ementa

A importância da comunicação em vendas: língua, níveis e funções de linguagem. Expressão oral: técnicas de comunicação oral. Expressão escrita: tipologia de parágrafo – partes de um texto. Tipos e gêneros textuais. Mecanismos de coesão e coerência.

Bibliografia Básica

- GARCIA, Othon Moacyr. **Comunicação em Prosa Moderna: nova ortografia**. 1ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
- MEDEIROS, João Bosco. **Redação empresarial**. São Paulo: Atlas, 2007.
- ZILBERKNOP, Lúbia Scliar; MARTINS, Dileta Silveira. **Português instrumental: de acordo com as normas atuais da ABNT**. 29ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia Complementar

- ABREU, Antônio Suárez. **Curso de Redação**. 12ªed. São Paulo: Ática, 2004.
- CUNHA, C.; CINTRA, L. **Nova Gramática do Português Contemporâneo**. 5ª ed., Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da Língua Portuguesa, conforme a nova ortografia**. 4ª ed. São Paulo: Positivo, 2009.
- ZANOTTO, Normélio. **Dúvidas de português**. Caxias do Sul: Edição do Autor, 1990.
- ZANOTTO, Normélio. **Português para uso profissional: facilitando a escrita**. 2ª ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

MÓDULO II

VND20 – Matemática Financeira II – Carga Horária: 40 h

Ementa

Juros e descontos compostos. Operações com taxas (proporcionais, equivalentes, nominal e efetiva). Séries de pagamentos. Noções dos Sistemas de Amortização.

Bibliografia Básica

- ASSAF NETO, Alexandre. **Matemática Financeira e Suas Aplicações**. 11^a ed. São Paulo: Atual, 2009.
- BRUNI, Adriano Leal. **Matemática Financeira: com HP 12 C**. 5^a ed. São Paulo. Atlas, 2008.
- PUCCINI, Abelardo de Lima. **Matemática Financeira Objetiva e Aplicada**. 8^a ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

Bibliografia Complementar

- ALVARENGA, Rodrigo Arraes. **Evoluindo com a matemática financeira**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna.
- BRANCO, Anísio Costa Castelo. **Matemática financeira aplicada: método algébrico, HP-12 C, Microsoft Excel**. 3^a ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.
- SILVA, André Luiz Carvalhal. **Matemática Financeira Aplicada**. 3^a ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- VERAS, Lilia Ladeira. **Matemática Financeira**. 6^a ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. **Matemática Financeira**. 7^a ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VND21 – Aspectos Legais em Vendas – Carga Horária: 31,5 h

Ementa

Noções sobre legislação e hierarquia das leis. Lei 8.078/90 - Código do consumidor. Lei Complementar 123/06 – lei da micro e pequena empresa. Tipos de contratos.

Bibliografia Básica

- Código de Defesa do Consumidor Lei 8.078/90.

- MBRANCHIER, Alex S. & TESOLIN, Juliana D. D. **Direito e legislação aplicada**. 3ª ed. Curitiba, IBPEX, 2007.
- MARINS, James; BERTOLDI, Marcelo M. **Simples Nacional: Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte**. 1ª ed. São Paulo: RT, 2007.

Bibliografia Complementar

- BUGARELLI, Waldírio. **Contratos e Títulos Empresariais**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- **Códigos Civil , Comercial , Processo Civil e Constituição Federal - 4 em 1**. 6ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.
- MARTINS, Fran. **Contratos e Obrigações Comerciais**. 16ª ed. São Paulo: Forense, 2010.
- TACHIZAWA, Takeshy. **Criação de novos negócios: gestão de micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- TOMSZETTE, Marlon. **Curso de Direito Empresarial: teoria geral e direito societário-v.1**. 2ª ed. São Paulo: Atlas.

VND22 – Empreendedorismo – Carga Horária: 31,5 h

Ementa

O empreendedor. Perfil empreendedor. A validação de uma idéia. Plano de negócio, plano de marketing, plano financeiro, plano operacional.

Bibliografia Básica

- DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura, 1999.
- HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo**. 7ª.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Bibliografia Complementar

- DRUKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Cengage, 2008.
- FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo Estratégico**. 1ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- LODISH, Leonard M. **Empreendedorismo e marketing: lições do curso de MBA em Wharton**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

- MAXIMIANO, Antonio Cesar Amarau. **Administração para Empreendedores**. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2010.
- TACHIZAWA, Takeshy. **Criação de novos negócios: gestão de micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

VND23 – Logística – Carga Horária: 63 h

Ementa

Conceito e definições de Canais de Distribuição e Logística. A importância da logística no processo de compra e venda. Entrega de produtos no e-commerce, localização e acessibilidade, tempo de entrega e rotas. Funcionalidade e princípios de estocagem. Como alavancar as vendas através da gestão dos canais de distribuição e logística. Gerenciamento estratégico de prazos.

Bibliografia Básica

- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos/ Logística Empresarial**. 5ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais: uma abordagem logística**. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- PIRES, Silvio R. I. **Gestão da Cadeia de Suprimentos - Conceitos , Estratégias , Práticas e Casos**. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar

- CHING, Hong Yuch. **Gestão de Estoques na Cadeia de Logística Integrada: supply chain**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- CHOPRA, Sunil; MEINDL, Peter. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos, Estratégia, Planejamento e Operação**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2003.
- GONÇALVES, Paulo Sérgio. **Administração de Materiais**. Rio de Janeiro: Campus, 2010.
- MARTINS, Petronio G. ; ALT, Paulo Renato Campos. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- VIANA, João José. **Administração de Materiais: um enfoque prático**. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VND24 – Marketing II – Carga Horária: 63 h

Ementa

Análise ambiental. Análise de oportunidades. Análise de concorrentes. Pesquisa e seleção de mercados-alvo. Estimativa do potencial de mercado e previsão de vendas. Territórios de vendas. Formação do preço de vendas.

Bibliografia Básica

- COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. 3ª ed. São Paulo: Campus, 2008.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Education, 2006.
- LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de Serviços**. 5ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

Bibliografia Complementar

- ALBRECHT, Karl. **Revolução nos Serviços**. 1ª ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 1992.
- GARCIA, Maria Tereza (org.) **Marketing & Comunicação para Pequenas Empresas**. São Paulo: Novatec, 2006.
- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de Marketing para Micro e Pequena Empresa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à Pesquisa de Marketing**. 1ª ed. São Paulo: Pearson Education, 2005.

VND25 – Estratégias de Negociação – Carga Horária: 63 h

Ementa

Técnicas de venda. Processo de vendas. Preparação para venda: demonstração de produtos, objeções de preço ou valor, objeções sobre produto/serviço, objeções ocultas. Comprometimento e acompanhamento de vendas. Estratégia e táticas de preços. Análise de vendas. Administração de conflitos. Atividades práticas de simulação de técnicas.

Bibliografia Básica

- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Vendas**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

- MIRANDA, Márcio. **Negociando Para Ganhar**. 1ª ed. Salvador: Casa da Qualidade, 2005.
- NAGLE, Thomas T.; HOLDEN, Reed K. **Estratégia e Táticas de Preços**. 3ª ed. São Paulo: Pearson, 2003.

Bibliografia Complementar

- CARVALHAL, Eugênia do; ANDRÉ NETO, Antonio; ANDRADE, Gersen Martins de. **Negociação e Administração de Conflitos**. 2ª ed. São Paulo: FGV, 2010.
- MARTINELLI, Dante P.; ALMEIDA, Ana Paula de. **Negociação e Solução de Conflitos**. São Paulo: Atlas, 1998.
- MATOS, Francisco Gomes de. **Negociação de Estratégia e Estudo de Caso**. 1ª ed. São Paulo: Reichmann & Affonso, 2003.
- MELLO, José Carlos Martins F. De. **Negociação Baseada em Estratégia**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- MOVIUS, Hallam; SUSSKIND, Lawrence. **A Empresa Negociadora: estratégias e táticas universais de negociação para gerar valor e preservar**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

VND26 – Comportamento do Consumidor – Carga Horária: 63 h

Ementa

Introdução ao comportamento do consumidor. Noções das teorias sobre o comportamento do consumidor, Consumidores como indivíduos: percepção, motivação e valores. Influência do grupo e liderança de opinião: grupos de referência, conformidade, comunicação boca a boca, liderança de opinião. Crianças como tomadores de decisão. Renda e classe social. Subculturas étnicas, raciais e religiosas. Influência cultural sobre o comportamento do consumidor. Processo de tomada de decisão do consumidor.

Bibliografia Básica

- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do Consumidor**. 9ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.
- SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 9ª ed. São Paulo: Bookman, 2010.

Bibliografia Complementar

- GADE, Christiane. **Psicologia do Consumidor e da Propaganda**. 2ª ed. São Paulo: EPU, 2002.
- GIGLIO, Ernesto M. **O Comportamento do Consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 2002.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Vendas**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do Consumidor**. 1ª ed. São Paulo: Pearson, 2005.
- STANTON, William J., SPIRO, Rosann. **Administração de Vendas**. 10ª ed. Rio Ge Janeiro: LTC, 2000.

MÓDULO III

VND30 – Projeto Integrador – Carga Horária: 90 h

Ementa

Elaboração de um plano de vendas e a execução na forma de dramatização envolvendo o conhecimento das disciplinas dos cursos.

Bibliografia Básica

- KEELLING, Ralph. **Gestão de Projetos: uma abordagem global**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- WOILER, Samsão; MARTINS, Washington Franco. **Projetos: planejamento, elaboração e análise**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- XAVIER, Carlos Magno da Silva. **Gerenciamento de Projetos: como definir e controlar o escopo do projeto**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

Bibliografia Complementar

- KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de Vendas**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- NAGLE, Thomas T.; HOLDEN, Reed K. **Estratégia e Táticas de Preços**. 3ª ed. São Paulo: Pearson, 2003.
 - SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do Consumidor**. 9ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.
- VALERIANO, Dalton L. **Gerenciamento Estratégico e Administração de Projetos**. 1ª ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

12. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM

A avaliação do aluno é concebida como o processo que permite a verificação do alcance dos objetivos definidos pelos componentes curriculares e, por conseguinte, pelo curso de um modo geral. A avaliação do desempenho do aluno deve ser contínua, cumulativa e sistemática, integral e orientadora, prevalecendo os aspectos qualitativos sobre os quantitativos. Integra-se à metodologia, uma vez que é valorizada a dimensão formativa do processo educacional, constituído pelos componentes que compõem o curso.

Os resultados da avaliação do processo de ensino-aprendizagem são expressos em notas provenientes de pelo menos dois instrumentos de avaliação, para cada componente do curso, notas essas que podem variar de 0 (zero) a 10 (dez). As referidas notas são atribuídas ao aluno de acordo com o seu desempenho nas atividades propostas pelo professor (trabalhos, exercícios práticos, seminários, provas, etc.), resultando numa média ao final do componente curricular.

1. Expressão dos resultados

Ao final de cada semestre, o professor registrará, sob forma de notas, o resultado de aproveitamento, numa escala de 0 (zero) a 10 (dez), sendo aprovado o aluno que obtiver nota igual ou superior a 6,0 (seis).

Estará reprovado, por frequência, o aluno que ultrapassar, ao término do semestre letivo, o limite máximo de faltas estabelecido no inciso VI, do artigo 24 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9394, de 20 de dezembro de 1996).

O aluno só obterá aprovação no módulo se for aprovado em todos os componentes curriculares que o compõe, condição necessária para a matrícula no módulo subsequente ou no Projeto Integrador, caso esteja cursando o último módulo.

Em caso de reprovação, o aluno deverá repetir a totalidade dos componentes que constituem o módulo.

2. Da Recuperação

Durante o semestre letivo, são oferecidas ao aluno oportunidades de recuperação, paralelamente ao avanço do componente curricular no semestre, que podem ser de caráter teórico e/ou prático, conforme a Lei nº 9394/96. Fica a critério do professor, estabelecer os instrumentos que serão utilizados de forma a atender às peculiaridades do componente curricular.

3. Aproveitamento de Estudos Anteriores

Os alunos que concluíram com êxito componentes curriculares em outros cursos técnicos e/ou superiores, os transferidos ou reingressantes poderão solicitar aproveitamento de estudos e a consequente dispensa dos respectivos componentes, mediante abertura e encaminhamento de processo junto à Secretaria Acadêmica.

13. ESTÁGIO

É permitido o estágio curricular não obrigatório, mediante observações às regras apresentadas no regulamento de estágio do Campus de Farroupilha.

14. INSTALAÇÕES, EQUIPAMENTOS E BIBLIOTECA

1. Recursos materiais

Os recursos materiais à disposição do Curso Técnico em Vendas são aqueles do IFRS - Campus Avançado de Farroupilha, contando com uma área construída de cerca de 7.500 m², localizado na Avenida São Vicente, nº 785 em Farroupilha, RS.

O espaço físico do campus compreende uma área administrativa, com sala de reuniões, sala de direção, coordenação de ensino, coordenação de relações empresariais, sala de professores e salas destinadas à coordenação de recursos humanos, Diretoria de Administração e Patrimônio e Diretoria de Planejamento, Orçamento e Finanças. Neste espaço há também 22 (vinte e duas) salas de aula –

dentre elas 13 (treze) com multimídia –, 08 (oito) laboratórios de informática, biblioteca e auditório com capacidade total para 100 (cem) lugares.

2. Biblioteca

O IFRS - Campus Avançado de Farroupilha conta com uma biblioteca que atende a totalidade dos cursos atualmente ofertados, preparando-se para atender também os cursos superiores e de pós-graduação. Atualmente, existe um total de 1.295 exemplares de livros.

O acervo é renovado anualmente, conforme disponibilidade orçamentária e atendendo às solicitações do corpo docente e discente.

A área total interna da biblioteca é de 252 m² e está disponível para a comunidade, sendo o empréstimo domiciliar restrito à comunidade interna. O horário de funcionamento é das 8h às 22h30min.

3. Laboratórios de informática

O IFRS – Campus Avançado de Farroupilha conta 04 (quatro) laboratórios de informática, com os seguintes equipamentos disponíveis: 100 computadores Pentium IV CORE2QUAD com 3 GB de memória RAM, 250 MBytes de disco rígido, monitor 17”, kit multimídia, ligados em rede e com acesso à internet.

Todos os setores do campus são equipados com equipamentos de informática com acesso à internet.

Para os alunos há um laboratório com 20 computadores, com acesso permitido das 8h às 22h30min, bem como 13 salas equipadas com equipamentos multimídia.

15. PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO-ADMINISTRATIVOS

Buscando atingir os objetivos traçados pelo presente projeto pedagógico, o IFRS – Campus Avançado de Farroupilha oferece ao curso os docentes qualificados e titulados, conforme expresso na Tabela 01:

Nome do Docente	Titulação
Augusto Massashi Horiguti	Doutor
Carla Rosangela Wachholz	Mestre
Diane Blank Bencke	Mestre
Jefferson Pereira de Almeida	Mestre
José Edson Azevedo da Silva	Mestrando
Juliane Donadel	Doutoranda
Melissa Dietrich da Rosa	Mestre
Ricardo Augusto Manfredini	Doutorando
Rosane Maria Neves	Mestre

TABELA 2: Corpo docente responsável pelas atividades letivas.

Além dos docentes supracitados, o quadro de recursos humanos da instituição oferece servidores técnico-administrativos que possibilitam o sucesso dos trâmites acadêmicos do curso.

16. DIPLOMA DE CONCLUSÃO DO CURSO

O diploma de Técnico em Vendas será expedido de acordo com a legislação em vigor, acompanhado pelo histórico escolar. Fará jus ao diploma de conclusão o aluno que estiver aprovado em todos os componentes curriculares e que comprovar conclusão do Ensino Médio. Em caso de ausência de comprovação de conclusão do Ensino Médio, o aluno deverá receber apenas o histórico escolar no qual consta os componentes curriculares integralizados ao longo do curso.

17. CASOS OMISSOS

Os casos não previstos por este projeto pedagógico ou em outras normas e decisões vigentes no campus serão resolvidos em reunião ordinária ou extraordinária do corpo docente, juntamente com a Coordenação de Ensino.