

I – REQUERIMENTO

Elaborado pelo estabelecimento de ensino para o(a) Secretário(a) de Estado da Educação.

II – IDENTIFICAÇÃO DO ESTABELECIMENTO DE ENSINO

Indicação do nome do estabelecimento de ensino, de acordo com a vida legal do estabelecimento (VLE).

III - PARECER E RESOLUÇÃO DO CREDENCIAMENTO DA INSTITUIÇÃO

IV – JUSTIFICATIVA (completar com a justificativa do curso)

A estruturação do Curso Técnico em Venda visa o aperfeiçoamento na concepção de uma formação técnica que articule trabalho, cultura, ciência e tecnologia como princípios que sintetizem todo o processo formativo. O plano ora apresentado teve como eixo orientador a perspectiva de uma formação profissional como constituinte da integralidade do processo educativo.

Assim, os componentes curriculares integram-se e articulam-se garantindo que os saberes científicos e tecnológicos sejam a base da formação técnica. Por outro lado introduziu-se disciplinas que ampliam as perspectivas do “fazer técnico” para que ele se compreenda como sujeito histórico que produz sua existência pela interação consciente com a realidade construindo valores, conhecimentos e cultura.

A implantação do curso Técnico em Vendas, faz-se necessária, em virtude das novas demandas do mundo do trabalho exigir um profissional convenientemente formado, que seja capaz de transformar os planos idealizados em ações efetivas.

Neste contexto, fatores têm determinado a ampliação do espaço de atuação destes profissionais e demonstrado a necessidade de uma formação técnica.

V – OBJETIVOS

- a) Organizar experiências pedagógicas que levem à formação de sujeitos críticos e conscientes, capazes de intervir de maneira responsável na sociedade em que vivem;
- b) Oferecer um processo formativo que sustentado na educação geral obtida no nível médio assegure a integração entre a formação geral e a de caráter profissional;
- c) Articular conhecimento científicos e tecnológicos das áreas naturais e sociais estabelecendo uma abordagem integrada das experiências educativas;
- d) Oferecer um conjunto de experiências teórico-práticas na área de Vendas.
- e) Capacitar sujeitos para atuar nas atividades de compra e venda local, importação, exportação, planejamento, armazenamento, distribuição de materiais e prestação de serviço.

VI – DADOS GERAIS DO CURSO

Habilitação Profissional: Técnico em Vendas

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

Forma: Subsequente

Carga Horária Total: 1000 horas/aula ou 833 horas

Regime de Funcionamento: de 2ª a 6ª feira, no(s) período(s): **noite**.

Regime de Matrícula: Semestral

Número de Vagas:..... por turma. (Conforme m² - mínimo 30 ou 40)

Período de Integralização do Curso: 01 (um) ano

Requisitos de Acesso: Conclusão do Ensino Médio

Modalidade de Oferta: Presencial

VII - PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO DE CURSO

O Técnico em Vendas domina conteúdos e processos relevantes do conhecimento científico, tecnológico, social e cultural utilizando suas diferentes linguagens, o que lhe confere autonomia intelectual e moral para acompanhar as mudanças, de modo a intervir no mundo do trabalho. Estuda os produtos e serviços da empresa, caracteriza o público alvo e recolhe informações sobre as demandas e o mercado em geral. Prepara ações de venda. Promove e efetua venda de produtos e serviços, bem como a organização do ambiente de venda. Promove serviço de apoio ao público, fidelização e atendimento pós-venda. Organiza e gerencia os arquivos dos clientes. Colabora na captação de novos clientes.

VIII - ORGANIZAÇÃO CURRICULAR CONTENDO AS INFORMAÇÕES RELATIVAS À ESTRUTURA DO CURSO:

a. Descrição de cada disciplina contendo ementa:

1. COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL E DE PESSOAL

Carga horária total: 120 h/a - 100 h

EMENTA: Estudo do comportamento organizacional, considerando a comunicação interpessoal e organizacional nos grupos e equipes, nas atividades relacionadas a todos os processos necessários a gestão de pessoas nas organizações.

CONTEÚDOS:

- Teorias do comportamento organizacional;
- Estrutura organizacional;
- Organização formal e informal;
- Características organizacionais;
- Tipos de organização;

- Estruturas comunicativas;
- Bloqueios e conflitos da comunicação;
- Aspectos formais e informais da comunicação;
- Relações intergrupais, grupos e equipes;
- Relações industriais;
- Teorias de liderança; abordagem comportamental;
- Motivação e atitudes;
- Poder e conflito;
- Teorias de motivação;
- Satisfação e desempenho;
- Clima organizacional;
- Recrutamento e Seleção;
- Métodos de recrutamento;
- Técnicas de seleção: entrevistas, dinâmicas, provas de conhecimento, testes de personalidade;
 - Desenvolvimento e Treinamento;
 - Diagnóstico;
 - Processo;
 - Avaliação;
 - Política de salários e Remuneração.

BIBLIOGRAFIA

AGUIAR, Maria Aparecida Ferreira de. **Psicologia aplicada à administração**: teoria crítica e a questão ética nas organizações. São Paulo: Excellus, 1992.

SPECTOR, Paulo E. **Psicologia nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BERGAMINI, C.W. **Psicologia Aplicada à Administração de Empresas**: psicologia do comportamento organizacional. São Paulo: Atlas, 1996.

FIORELLI, José Osmir. **Psicologia para Administradores**: integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

ROBBINS, S. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Editora Pearson Educatio, 2002.

2. ECONOMIA E MERCADO

Carga horária total: 80 h/a - 67 h

EMENTA: Desenvolvimento dos processos que caracterizam a organização da atividade econômica desde a natureza até a mobilização dos fatores de produção vitais para a geração de bens e serviços.

CONTEÚDOS:

- A natureza do problema econômico:

- Recursos escassos;
- Necessidades ilimitadas;
- Bens;
- Fluxos fundamentais;
- Questões centrais da economia;
- Sistemas econômicos;

- A sociedade de mercado:

- As mudanças;
- A configuração dos fatores de produção trabalho, terra e capital;
- Ascensão do “motivo de lucro”, “filosofia” do comércio e o mecanismo de mercado;

- A estrutura do mercado:

- Os modelos de estrutura de mercado;
- Uma visão histórica;

- A oferta, a demanda e o mercado:

- O equilíbrio de mercado;
- O excedente do consumidor;
- O excedente do produtor;
- A eficiência de mercado;
- A elasticidade-preço da demanda;
- A elasticidade e sua relação com a explicação dos fenômenos econômicos;

- Desafios da sociedade de mercado:

- Plano versus mercado;
- O capitalismo e a economia de mercado.

BIBLIOGRAFIA

ARAÚJO, Carlos Roberto Vieira. **História do pensamento econômico: uma abordagem introdutória**. São Paulo: Atlas, 2008.

GREMAUD, Amaury Patrick, DIAZ, Maria Dolores Montoya, AZEVEDO, Paulo Furquim de, TONETO JUNIOR, Rudinei. **Introdução à Economia**. São Paulo, Atlas, 2007

HUNT , E. K. **História do Pensamento Econômico**. São Paulo: Campus-Elsevier: 2005.

PASSOS, Carlos Roberto M. & NOGAMI, Otto. **Princípios de Economia**. São Paulo: Pioneira, 2005.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Economia: micro e macro**. São Paulo: Atlas, 2007.

3. ESTRATÉGIAS DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO

Carga horária total: 120 h/a - 100 h

EMENTA: As ferramentas estratégicas e a avaliação de cenários que envolvam compra e venda de bens e serviços.

CONTEÚDOS:

- Visão contemporânea da área de vendas;
- O papel da venda pessoal;
- Plano de vendas;
- Avaliação das oportunidades de mercado;
- Estimativa de potencial do mercado;
- Métodos de previsão de vendas;
- Administração de vendas;
- Zoneamento de vendas;
- Estruturação da força de vendas;
- Formação da equipe de vendas;
- Treinamento do vendedor;
- Cotas de vendas;

- Auditoria de vendas;
- Princípios da negociação;
- Relação entre empresa e colaborador;
- Relações de parceria;
- Modelos de negociação;
- Estratégias e táticas de negociação.

BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, Rui Otávio, et al. **Princípios de negociação: ferramentas e gestão**. São Paulo: Atlas, 2007.

CASTRO, Luciano Thome E.; CONSOLI, Matheus Alberto; NEVES, Marcos Fava. **Venda!** São Paulo: Bookman Companhia Ed., 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de vendas**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

FUTRELL, Charles M. **Vendas – Fundamentos e novas práticas de gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

LAS CASAS, Alexandre L. **Técnicas de vendas**. São Paulo: Atlas, 2004.

LAS CASAS, Alexandre L. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas, 2005.

LEWICKI, Roy L.; SAUNDERS, David M.; MINTON, John W. **Fundamentos da negociação**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

THULL, Jeffrey. **Gestão de vendas complexas**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

4. FUNDAMENTOS DO TRABALHO

Carga horária total: 40 h/a – 33 h

EMENTA: O Trabalho humano nas perspectivas ontológicas e histórica; o trabalho como realização da humanidade, como produtor da sobrevivência e da cultura; o trabalho como mercadoria no industrialismo e na dinâmica capitalista. As transformações no mundo do trabalho: tecnologias, globalização, qualificação do trabalho e do trabalhador.

CONTEÚDOS:

- O ser social;
- Mundo do trabalho;

- Sociedade
- Dimensões do trabalho humano;
- Perspectiva histórica das transformações do mundo do trabalho;
- O trabalho como mercadoria: processo de alienação;
- Emprego, desemprego e subemprego;
- O processo de globalização e seu impacto sobre o mundo do trabalho;
- O impacto das novas tecnologias produtivas e organizacionais no mundo do trabalho; qualificação do trabalho e do trabalhador;
- Perspectivas de inclusão do trabalhador na nova dinâmica do trabalho.

BIBLIOGRAFIA

CHESNAIS, F. ***Mundialização do capital***. Petrópolis: Vozes, 1997.

FROMM, E. ***Conceito marxista de homem***. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

GENRO, T. **O futuro por armar. Democracia e socialismo na era globalitária**. Petrópolis: Vozes, 2000.

GENTILI, P. **A educação para o desemprego. A desintegração da promessa integradora**. In: Frigotto, G. (Org.). *Educação e crise do trabalho: perspectivas de final de século*. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

GRAMSCI, A. ***Concepção dialética da história***. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

HOBSBAWM, E.. ***A era dos extremos - O Breve Século XX - 1914-1991***. São Paulo: Editora da UNESP, 1995.

JAMESON, F. ***A cultura do dinheiro***. Petrópolis: Vozes, 2001.

LUKÁCS, G. ***As bases ontológicas do pensamento e da atividade do homem. Temas de Ciências Humanas***. São Paulo: [s.n], 1978.

MARTIN, H. P.; SCHUMANN, H. ***A armadilha da globalização: O assalto à democracia e ao bem-estar***. São Paulo: Globo, 1996.

NEVES, L.M. W. ***Brasil 2000: nova divisão do trabalho na educação***. São Paulo: Xamã, 2000.

NOSELLA, P. Trabalho e educação. In: Frigotto, G. (Org.). ***Trabalho e conhecimento: dilemas na educação trabalhador***. 4 ed. São Paulo: Cortez, 1997.

SANTOS, B. **Reinventando a democracia**. Entre o pre-contratualismo e o pós-contratualismo. In: Beller, Agnes et al. **A crise dos paradigmas em ciências sociais**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1999.

5. GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA

Carga horária total: 120 h/a - 100 h

EMENTA: Apresentação de alternativas de investimento e avaliação dos riscos a que a organização está exposta.

Conteúdos:

- A função financeira da empresa;
- O trinômio risco, retorno e liquidez;
- Gestão financeira de tesouraria;
- Administração do capital de giro;
- Estrutura de capital;
- Análise de investimentos;
- Avaliação e gerenciamento de risco;
- Elaboração e análise de orçamentos;
- Aspectos comportamentais do orçamento empresarial;
- A função do controller e o orçamento empresarial;
- Tipos de orçamentos.

Bibliografia

ALTMAN, E. I.; SAUNDERS, A. *Credit risk measurement: Developments over the last 20 years*. **Journal of Banking & Finance**, v. 21, p. 1721 – 1742, 1998.

Anthony, Robert N. e Govindarajan V. **Sistema de controle gerencial**. São Paulo: Editora Atlas, 2001

BODIE, Z; MERTON, R. C. **Finanças**. Porto Alegre: Bookman Editora, 2002.

BRIGHAM, E. F.; EHRHARDT, M. C. **Administração financeira: teoria e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006

CAOQUETTE, J. B.; ALTMAN, E. I. ; NARAYANAN, P. **Gestão do risco de crédito: O próximo**

grande desafio financeiro. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora Ltda., 2000

Covaleski, Mark A. Evans III, John H., Luft, Joan L. and Shields, Michael D. *Budgeting research: Three theoretical perspectives and criteria for selective integration*. **Journal of Management Accounting Research**, V. Fifteen, p. 3-49, 2003

Frezatti, F. Beyond Budgeting: Inovação ou resgate de antigos conceitos do orçamento empresarial? **RAE – Revista de Administração de Empresas**. V.45, n.2, 2005.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2004

GUERARD Jr., J. B.; SCHATZ, E. *Quantitative corporate finance*. New York: Springer Science, 2007.

Hansen, S.C.; Otley, D. T.; Stede, W.V. *Practice development in budgeting: An overview and research perspective*. **Journal of Management Accounting Research**, V. Fifteen, p.96-116, 2003.

HIDA II E. T. Risk management in top financial firms continues to evolve. **Bank Accounting & Finance**, April - May 2005

JORION, P. *Value at Risk: A nova fonte de referência para a gestão do risco financeiro*. 2 ed. São Paulo: BM&F Editora, 2003

Kaplan, R. S., [Young, S. M.](#), [Atkinson, A.](#) *Management accounting*, Prentice Hall, Fourth Edition, 2003.

LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda., 2005

MODIGLIANI, F. and MILLER, M. *The cost of capital, corporation finance, and the theory of investment*, **The American Economic Review**, v. 48, 1958.

_____ *Corporate income taxes and the cost of capital: a correction*. **The American Economic Review**, v.53, n.3, 1963.

SECURATO, J. R. **Cálculo financeiro das tesourarias**, 4 ed. São Paulo: Saint Paul Institute of Finance Editora, 2008

SHARPE, W. F.; ALEXANDER, G. J.; BAILEY, J. V. *Investments*. 6 th ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1999

6. INFORMÁTICA

Carga horária total: 40 h/a – 33 h

EMENTA: O uso das ferramentas da informática no ambiente de trabalho.

CONTEÚDOS:

- Sistema operacional *linux*;
- Inicialização, área de trabalho (*desktop*) e janelas;
- Pastas, diretórios, arquivos, configurações de *hardware* e *software*;
- Editor de textos;
- Digitação, edição e formatação de documentos;
- Tabelas, mala direta e etiquetas;
- Planilha eletrônica;
- Fórmulas e funções matemáticas e estatísticas, gráficos, planilhas e pastas de trabalho;
- Navegador *Mozilla Firefox*;
- Gerenciador de correio eletrônico.

BIBLIOGRAFIA

CAPRON, H. L., JOHNSON, J. A.; **Introdução à Informática**. São Paulo: Pearson / Prentice Hall, 2004.

CATAPULT, Inc. **Microsoft Excel 2000 passo a passo**. São Paulo: Makron Books, 2000.

CATAPULT, Inc. **Microsoft Windows 98 passo a passo**. São Paulo: Makron Books, 1999.

MINK, C. **Microsoft Office 2000**. Makron Books, 1999.

NORTON, P. **Introdução à Informática**. Makron Books, 1997.

SILVA, Mário Gomes da. **Informática – Terminologia Básica** – Microsoft Windows XP – Microsoft Word 2007 – Microsoft Excel 2007 – Microsoft Access 2007 – Microsoft Power Point 2007. Editora Erica, 2008.

WHITE, R. **Como Funciona o Computador**. 8ª ed. Editora QUARK, 1998.

7. LOGÍSTICA NO COMÉRCIO E SERVIÇOS

Carga horária total: 120 h/a - 100 h

EMENTA: Aplicação da logística e planejamento no comércio e serviços de varejo.

- Avaliação de mercado;
- Comportamento do consumidor;
- Terceirização: vantagens e desvantagens;
- Administração de venda de produtos e serviços;
- Administração de varejo;
- Planejamento de novos produtos e serviços;
- Fatores e percepções e administração na venda/compra individual e em uma organização.
- O papel da logística nas empresas.
- Funções logísticas: aquisição, transporte, armazenamento, gerenciamento de estoques, processamento de pedidos, embalagem, distribuição.
- A Logística no comércio e serviços.
- A aplicação logística no comércio de varejo.

BIBLIOGRAFIA

- ASLOG. **Glossário Logística**. São Paulo: Aslog, 2004.
- BALLOU, R. **Logística Empresarial**. São Paulo: Atlas, s/d.
- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística Empresarial – o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2001.
- CAIXETA FILHO, José V. **Gestão Logística do Transporte de Cargas**. Atlas: São Paulo, 2001.
- CHING, Hong Yuh. **Gestão de Estoques na Cadeia de Logística Integrada**. São Paulo: Atlas, 2006
- FLEURY, Paulo F.; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber. **Logística Empresarial: a perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2000.
- GONÇALVES, Paulo Sérgio; SCHWEMBER. **Administração de Estoques**. Rio de Janeiro: Interciência, s/d.
- ROSA, Clóvis. **Gestão de Almoxarifados**. São Paulo: Edicta, 2003.

8. MATEMÁTICA FINANCEIRA E ESTATÍSTICA

Carga horária total: 120 h/a – 100 h

EMENTA: Utilização da matemática financeira e da estatística na análise de alternativas de investimentos ou financiamentos de bens de consumo.

CONTEÚDOS:

- Capitalização composta: juro composto, desconto composto;
- Cálculos de taxas;
- Amortização;
- Depreciação;
- Financiamento;
- Estatística: conceito de estatística;
- Arredondamento de números;
- Propriedades da somatória;
- Variável discreta e contínua;
- Populações e amostras;
- Técnicas de amostragem: amostragem causal simples, sistemática e estratificada;
- Tendenciosidade da amostra;
- Séries estatísticas;
- Medidas de tendência central (ou de posição): média, mediana, moda, quartis;
- Medidas de dispersão: variância, desvio padrão, coeficiente de variação;

- Distribuição de frequências: dados brutos, rol, tabela de frequências, elementos de uma distribuição de frequências, tipos de frequências;
- Apresentação gráfica;
- Dados agrupados: histograma e outros gráficos;
- Noções de correlação e regressão;
- Aplicação da estatística a Administração.

BIBLIOGRAFIA

ARAÚJO, C. R. V. **Matemática Financeira**. São Paulo: Atlas. 2000.

ASSAF NETO, A. **Matemática Financeira e suas Aplicações**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CRESPO, A. A. **Matemática Comercial e Financeira**. 13.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

MENDONÇA, L. G. **Matemática Financeira**. 3 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

PARANÁ, Secretaria do Estado da Educação, **Diretrizes Curriculares da Rede Pública de Educação Básica: Matemática**. Curitiba: SEED-PR, 2006.

VIEIRA SOBRINHO, J. D. **Matemática Financeira**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

9. NOÇÕES DE DIREITO COMERCIAL

Carga horária total: 120 h/a - 100 h

EMENTA: Conhecimento de noções do direito comercial/empresarial com ênfase nos aspectos práticos das empresas, quanto à constituição das empresas comerciais, livros e registros.

CONTEÚDOS:

- História do Direito Comercial;
- Registro do comércio;
- Livros comerciais: eficácia probatória e exibição judicial;
- Sociedade não personificada;

- Sociedade em comum;
- Sociedade em conta de participação;
- Sociedade personificada;
- Sociedade simples;
- Sociedades em nome coletivos;
- Sociedade em comandita simples;
- Sociedade limitada;
- Sociedade anônima;
- Sociedade em comandita por ações;
- Atos constitutivos da sociedade;
- Dissolução e liquidação da sociedade;
- Transformações, incorporação, fusão e cisão das sociedades comerciais;
- União de empresas;
- Contratos mercantis/comerciais;
- Títulos de crédito;
- Falência;
- Concordata;
- Defesa do consumidor.

BIBLIOGRAFIA

- ALMEIDA, Amador Paes de. **Teoria e prática dos títulos de crédito**. 23. ed. São Paulo: Saraiva, 2004. 574 p.
- ALVIM, Arruda. **Código do consumidor comentado**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995. 577 p
- BATALHA, Wilson de Souza Campos. **Títulos de crédito**: Rio de Janeiro: Forense, 1989. 825 p
- BERTOLDI, Marcelo M.; RIBEIRO, Marcia Carla Pereira. **Curso avançado de direito comercial**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004. v.
- BULGARELLI, Waldírio. **Direito comercial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 1993. 250 p
- BULGARELLI, Waldírio. **Títulos de crédito**. 9. ed. atual. São Paulo: Atlas, 1992. 489 p
- COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 1998-. 3 v.
- COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial**. 14. ed., rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2003. 500 p.
- COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1992. 422 p.

DORIA, Dylson. **Curso de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 1990. v

FAZZIO JUNIOR, Waldo. **Lei de falências e concordatas comentada**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 341 p.

GONZAGA, Vair. **Títulos de crédito**. Campinas: Bookseller, 1997. 2 v

LOBO, Thomaz Thedim. **Introdução à nova lei de propriedade industrial lei n. 9.279/96**: São Paulo: Atlas, 1997. 173 p.

LUCCA, Newton de. **Direito do consumidor**: São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995. 189 p.

MARTINS, Fran. **Curso de direito comercial**: 27. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001. 384 p

MENDONÇA, José Xavier Carvalho de. **Tratado de direito comercial brasileiro**. Campinas: Bookseller, 2001. t.

NEGRÃO, Ricardo. **Manual de direito comercial e de empresa**. São Paulo: Saraiva, 2003. v.

NOGUEIRA, Tania Lis Tizzoni. **A prova no direito do consumidor**: Curitiba: Juruá, 1999. 145 p.

PARIZATTO, João Roberto. **Protesto de títulos de crédito**: 2. ed. Ouro Fino: EDIPA, 1999. 173 p.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 1988-. v.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 1988-. v.

ROCHA FILHO, José Maria. **Curso de direito comercial**. 3. ed. rev., atual. e ampl. Belo Horizonte: Del Rey, 2004. v.

ROQUE, Sebastião José. **Teoria geral do direito comercial**. Rio de Janeiro: Forense, 1991. 95 p

SILVEIRA, Newton. **A propriedade intelectual e a nova lei de propriedade industrial**: São Paulo: Saraiva, 1996. 214 p

SOARES, José Carlos Tinoco. **Tratado da propriedade industrial**: São Paulo: Jurídica Brasileira, 1998. 979 p.

10. TÉCNICAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Carga horária total: 120 h/a – 100 h

EMENTA: Os componentes essenciais da comunicação e desenvolvimento da capacidade de expressão oral e escrita, voltados a organização comercial.

CONTEÚDOS:

- Aspectos gramaticais indispensáveis ao bom desempenho linguístico;
- Linguagem oral e escrita/ coloquial e formal;
- Coerência e coesão do texto;
- Organização do discurso e do pensamento;
- Gramática instrumental;
- Redação técnica;
- A linguagem dos meios de comunicação e informação;
- O que é publicidade e propaganda, suas funções;
- A contra-propaganda;
- Conceito de Marketing;
- Ferramentas do Marketing;
- Merchandising;
- Marketing Direto;
- Análise de comportamento de mercado;
- Definição de Consumidor/Atendimento;
- Produtos, Marcas e embalagens;
- Sistema Integrado de Marketing;
- Pesquisa de Mercado;
- Aplicação da Pesquisa;

BIBLIOGRAFIA

BENNETT, P. D. O Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 1995.

COBRA, Marcos. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 2000.

FARIA, A. Nogueira. Organização de Empresas: Organização – Estrutura e Sistemas. Livros Técnicos e Científicos Editora, 1980.

FERREIRA, Ademir Antonio; REIS, Ana Carla Fonseca; PEREIRA, Maria Isabel. Gestão Empresarial: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências. Thomson Learning

(Pioneira), 2006.

GONÇALVES, Marco Aurélio. **Manual prático do vendedor lojista**. Curitiba: Juruá, s/d.

GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico. São Paulo: Atlas, 2001.

GRUENWALD, G. **Como Desenvolver e Lançar um Produto Novo no Mercado**. São Paulo: Makron Books, 1994.

GUEDES, Carlos A. B. **Técnica do vendedor lojista**. São Paulo: Edição do Autor, 2002.

b. Plano de Estágio com Ato de Aprovação do NRE (quando houver estágio profissional supervisionado)

1. Identificação da Instituição de Ensino:

- Nome do estabelecimento:
- Entidade mantenedora:
- Endereço (rua, n°. , bairro):
- Município:
- NRE:

2. Identificação do curso:

- Habilitação:
- Eixo Tecnológico:
- Carga horária total:
 - Do curso: _____ horas
 - Do estágio: _____ horas

3. Coordenação de Estágio:

- Nome do professor (es):
- Ano letivo:

4. Justificativa

- Concepções(educação profissional, curso, currículo, estágio);
- Inserção do aluno no mundo do trabalho;
- Importância do estágio como um dos elementos constituintes de sua formação;

-O que distingue o estágio das demais disciplinas e outros elementos que justifiquem a realização do estágio

5. Objetivos do Estágio

6. Local (ais) de realização do Estágio

7. Distribuição da Carga Horária (por semestre, período..)

8. Atividades do Estágio

9. Atribuições do Estabelecimento de Ensino

10. Atribuições do Coordenador

11. Atribuições do Órgão/instituição que concede o Estágio

12. Atribuições do Estagiário

13. Forma de acompanhamento do Estágio

14. Avaliação do Estágio

15. Anexos, se houver

* O Plano de Estágio dos estabelecimentos de ensino que ofertam Cursos Técnicos devem ser analisados pelo Núcleo Regional de Educação que emitirá parecer próprio (Ofício Circular nº 047/2004 – DEP/SEED).

c. Descrição das práticas profissionais previstas:

(Descrever as práticas que a escola desenvolve em relação ao curso, tais como: palestras, visitas, seminários, análises de projetos e outros)

d. Matriz Curricular:

MATRIZ CURRICULAR					
Estabelecimento:					
Município:					
Curso: TÉCNICO EM VENDAS					
Forma: SUBSEQUENTE			Ano de implantação:		
Turno:			Carga horária total: 1000 horas/aula – 833 horas		
Módulo:			Organização: SEMESTRAL		
DISCIPLINA		1º S	2º S	hora/aula	hora
1	COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL E DE PESSOAL	3	3	120	100
2	ECONOMIA E MERCADO	2	2	80	67
3	ESTRATÉGIA DE VENDAS E NEGOCIAÇÃO	3	3	120	100
4	FUNDAMENTOS DO TRABALHO		2	40	33
5	GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA	3	3	120	100
6	INFORMÁTICA	2		40	33
7	LOGÍSTICA NO COMÉRCIO E SERVIÇOS	3	3	120	100
8	MATEMÁTICA FINANCEIRA E ESTATÍSTICA	3	3	120	100
9	NOÇÕES DE DIREITO COMERCIAL	3	3	120	100
10	TÉCNICA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	3	3	120	100
TOTAL		25	25	1000	833

IX – SISTEMA DE AVALIAÇÃO E CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS, COMPETÊNCIAS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

a. Sistema de Avaliação:

A avaliação será entendida como um dos aspectos do ensino pelo qual o professor estuda e interpreta os dados da aprendizagem e de seu próprio trabalho, com as finalidades de acompanhar e aperfeiçoar o processo de aprendizagem dos alunos, bem como diagnosticar seus resultados , e o seu desempenho , em diferentes situações de aprendizagem.

Preponderarão os aspectos qualitativos da aprendizagem, considerada a interdisciplinariedade e a multidisciplinariedade dos conteúdos, com relevância à atividade crítica, à capacidade de síntese e à elaboração sobre a memorização, num processo de avaliação contínua, permanente e cumulativa.

A avaliação será expressa por notas, sendo a mínima para aprovação - 6,0 (seis vírgula zero).

Recuperação de Estudos:

O aluno cujo aproveitamento escolar for insuficiente será submetido à recuperação

de estudos de forma concomitante ao período letivo.

b. Critérios de aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores

- Somente no Subsequente

Art. 68 da Deliberação 09/06 CEE/PR.

O estabelecimento de ensino poderá aproveitar mediante avaliação, competência, conhecimentos e experiências anteriores, desde que diretamente relacionadas com o perfil profissional de conclusão da respectiva qualificação ou habilitação profissional, adquiridas:

- no Ensino Médio;
- em qualificações profissionais, etapas ou módulos em nível técnico concluídos em outros cursos, desde que cursados nos últimos cinco anos;
- em cursos de formação inicial e continuada de trabalhadores, no trabalho ou por meios informais;
- em processos formais de certificação;
- no exterior.

- Solicitação e avaliação do aproveitamento de estudos (deverá estar aprovado no Regimento Escolar):

- o aluno preencherá o requerimento solicitando o aproveitamento de estudos, considerando o perfil profissional do curso técnico e a indicação dos cursos realizados anexando fotocópia de comprovação de todos os cursos ou conhecimentos adquiridos;
- uma comissão de professores, do curso técnico, designada pela Direção fará a análise da documentação apresentada pelo aluno;
- mediante aprovação da comissão será indicado os conteúdos (disciplinas) que deverão ser estudadas pelo aluno a fim de **realizar a avaliação**, com data, hora marcada e professores escalados para aplicação e correção;
- Para efetivação da legalidade do aproveitamento de estudos será lavrado ata constando o resultado final da avaliação e os conteúdos aproveitados, na forma legal e pedagógica.

Art. 69 da Deliberação 09/06 CEE/PR:

A avaliação, para fins de aproveitamento de estudos, será realizada conforme os critérios estabelecidos no Plano de Curso e no Regimento Escolar.

X – ARTICULAÇÃO COM O SETOR PRODUTIVO

A articulação com o setor produtivo estabelecerá uma relação entre o estabelecimento de ensino e instituições que tenham relação com o Curso Técnico em Vendas, nas formas de entrevistas, visitas, palestras, reuniões com temas específicos com profissionais das Instituições conveniadas.

Anexar os termos de convênio de firmados com empresas e outras instituições vinculadas ao curso.

XI – PLANO DE AVALIAÇÃO DO CURSO

O Curso será avaliado com instrumentos específicos, construídos pelo apoio pedagógico do estabelecimento de ensino para serem respondidos (amostragem de metade mais um) por alunos, professores, pais de alunos, representante(s) da comunidade, conselho escolar, APMF.

Os resultados tabulados serão divulgados, com alternativas para solução.

XII – INDICAÇÃO DO COORDENADOR DE CURSO:

Deverá ser graduado com habilitação específica e experiência comprovada.

XIII – INDICAÇÃO DO COORDENADOR DE ESTÁGIO – (quando for o caso):

Deverá ser graduado com habilitação específica e experiência comprovada.

XIV – RELAÇÃO DE DOCENTES

Deverá ser graduado com habilitação e qualificação específica na disciplina que for indicado, anexando documentação comprobatória.

XV – CERTIFICADOS E DIPLOMAS

a. Certificação: Não haverá certificados no Curso Técnico em Vendas, considerando que não há itinerários alternativos para qualificação;

b. Diploma: O aluno ao concluir o Curso Técnico em Vendas conforme organização curricular aprovada, receberá o Diploma de Técnico em Vendas.

XVI – RECURSOS MATERIAIS

a. Biblioteca: (em espaço físico adequado e relacionar os itens da bibliografia específica do curso, conter quantidade)

b. Laboratório: de Informática e se houver específico do curso (relacionar os equipamentos e materiais essenciais ao curso)

XVII – CÓPIA DO REGIMENTO ESCOLAR E / OU ADENDO COM O RESPECTIVO ATO DE APROVAÇÃO DO NRE

(A finalidade é constatar as normas do curso indicado no plano)

XVIII – ANUÊNCIA DO CONSELHO ESCOLAR DO ESTABELECIMENTO MANTIDO PELO PODER PÚBLICO

(ATA OU DECLARAÇÃO COM ASSINATURAS DOS MEMBROS)

XIX - PLANO DE FORMAÇÃO CONTINUADA (DOCENTES)

(O estabelecimento deverá descrever o plano de formação continuada)