

SÍNTESE SOBRE O CURSO VENDAS EAD

1) Perfil Profissional do egresso

O egresso do curso de Vendas deve estudar os produtos e serviços da empresa; caracterizar o tipo de cliente e recolhe informações sobre a concorrência e o mercado em geral; preparar, promover e efetuar a venda de produtos e serviços; organizar o ambiente de venda; promover serviços de apoio ao cliente, fidelização e atendimento pós-venda; organizar e gerenciar os arquivos dos clientes; realizar prospecção de novos clientes.

2) Matriz Curricular

SEMESTRE LETIVO	COMPONENTES CURRICULARES	BLOCO	CARGA HORÁRIA		
			TOTAL	P	D
1	Ambientação em EaD	1	40h	8h	32h
	Introdução ao Curso de Vendas	1	20h	4h	16h
	Fundamentos de Marketing	1	60h	12h	48h
	Matemática Financeira	1	60h	12h	48h
	Ética e Legislação	2	60h	12h	48h
	Atendimento ao Cliente	2	60h	12h	48h
	Empreendedorismo e Inovação	2	60h	12h	48h
	Projeto Integrador I	2	40h	8h	32h
SUBTOTAL			400h	80h	320h
2	Técnicas de Negociação	3	40h	8h	32h
	Direito do Consumidor	3	60h	12h	48h
	Comportamento do Consumidor	3	60h	12h	48h
	Economia Criativa e Negócios Sustentáveis	3	40h	8h	32h
	Gestão de Equipe de Vendas	4	40h	8h	32h
	Logística e Controle de Estoque	4	60h	12h	48h
	Produtos e Serviços: Fundamentos e Análise de Qualidade	4	60h	12h	48h
	Projeto Integrador II	4	40h	8h	32h
SUBTOTAL			400h	80h	320h

CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	800h	160h	640h
-------------------------------------	------	------	------

3) Ementário

COMPONENTE CURRICULAR	Ambientação a EaD
DOCENTE RESPONSÁVEL	Leandro Silva Teixeira
CARGA HORÁRIA	40h
<p>EMENTA: Fundamentos legais da Educação a Distância. Organização de sistemas de EaD: processo de comunicação, processo de tutoria, avaliação, processo de gestão e produção de material didático. Introdução e utilização do ambiente virtual de aprendizagem Moodle, no que diz respeito ao acesso e uso dos recursos disponíveis. Histórico e fundamentos básicos da EAD.</p>	
BIBLIOGRAFIAS	
<p>BÁSICA:</p> <p>ARAÚJO, Cláudia Helena dos Santos. Elementos Constitutivos do Trabalho Pedagógico na Docência On-line. (Tese de Doutorado). Goiânia: PUC, 2014. (Disponível em: http://tede.biblioteca.ucg.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1833).</p> <p>ALVES, Lynn; BARROS, Daniela; OKADA, Alexandra (Org.). Moodle: estratégias pedagógicas e estudos de caso. Salvador: Eduneb, 2009.</p> <p>BRASIL. Ministério da Educação. Decreto Federal nº. 9.057, de 25.05.2017. Regulamenta o art. 80 da Lei nº. 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9057.htm.</p>	
COMPLEMENTAR:	

BRASIL. Ministério da Educação. Lei Federal nº. 9.394, de 20.12.1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/l9394.htm. Acesso em: 09 abr. 2019.

BEHAR, Patrícia A. e colaboradores. Modelos pedagógicos em educação a distância. Porto Alegre: Artmed, 2009.

MERCADO, Luis P. Fundamentos e práticas na educação à distância. Maceió: Edufal, 2009.

COMPONENTE CURRICULAR	Introdução ao Curso de Vendas
DOCENTE RESPONSÁVEL	Rísia Kalliane Souza
CARGA HORÁRIA	20h
EMENTA: Orientações iniciais referentes ao curso de Vendas. Função de Vendas. O papel do profissional de vendas. Conceitos básicos de técnicas de vendas. Conduta e postura do estudante. Procedimentos acadêmicos do curso de vendas.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA:	
NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thomé. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.	
RATTO, Luiz. Vendas: técnicas de trabalho e mercado. Rio de Janeiro: Senac, 2007.	
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Técnicas de Vendas: Como Vender e Obter Bons Resultados. São Paulo: Atlas, 2001.	
COMPLEMENTAR:	
GITOMER, Jeffrey. A bíblia de vendas. São Paulo: Mbooks, 2005.	
SHETH, Jagdish N. Comportamento do Cliente: Indo Além do Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.	
LAS CASAS, A. Administração de vendas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.	

COMPONENTE CURRICULAR	Fundamentos de Marketing
DOCENTE RESPONSÁVEL	Cecília Bezerra
CARGA HORÁRIA	60h
EMENTA: Definição de Marketing. Composto de Marketing - 4 P's. Diferença entre Vendas e Marketing. Marketing de Serviços. Marketing Eletrônico. Pesquisa de marketing. Segmentação de mercado. Merchandising. Layouts de lojas e uniformização da equipe de vendas. Vitrinismo. Marketing de Relacionamento.	
BIBLIOGRAFIAS	
<p>BÁSICA:</p> <p>BASTA, Darci. Fundamentos de Marketing / Darci Basta, Fernando Roberto de Andrade Marchesini, José Antônio Ferreira de Oliveira, Luís Carlos Seixas de Sá; - 7 ed. – Rio de Janeiro: Editora FGV: 2006.</p> <p>COBRA, Marcos. Administração de Marketing. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>CORREA, Henrique L. Planejamento, Programação e Controle da Produção. <u>5. Ed.</u> São Paulo: Atlas, 2007.</p>	
<p>COMPLEMENTAR:</p> <p>DRUKER, Peter. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York: Harper and Row, 1973.</p> <p>EIGLIER, Pierre, LANGEARD, Eric, SERVUCTION- A Gestão de Marketing de Empresas de Serviços, McGraw-Hill, Portugal, 1991.</p>	

FILHO, G.G., Consumidor Versus Propaganda. São Paulo: Summus, 1991.

COMPONENTE CURRICULAR	Matemática Financeira
DOCENTE RESPONSÁVEL	Etienne Carneiro
CARGA HORÁRIA	60h
EMENTA: Porcentagem, potencialização, taxas e coeficientes, capitalização simples e composta. Tipos de Juros. Descontos simples, proporcionais e compostos. Capitalização simples e composta. Juros simples e compostos. Operações de fluxo de caixa.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA:	
ASSAF NETO, A. Matemática financeira e suas aplicações. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2008.	
BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. Matemática financeira com HP12C e Excel. São Paulo: Atlas, 2008.	
MARCONDES, O. Matemática financeira. 6. ed. São Paulo: Ática, 1992.	
COMPLEMENTAR:	
BUIAR, C. L. Matemática financeira. Curitiba: Livro Técnico, 2010.	
CASTELO BRANCO, A. C. Matemática Financeira Aplicada: com valiosos exemplos de aplicação do método algébrico, de calculadora financeira e do programa Microsoft Excel. São Paulo: Thomson Learning, 2002.	

HOJI, M. Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

COMPONENTE CURRICULAR	Ética e Legislação
DOCENTE RESPONSÁVEL	Ariele Chagas Cruz
CARGA HORÁRIA	60h
EMENTA: Conceitos fundamentais para a compreensão da ética. Valores, profissão e ética. Conduta ética. Ética na relação da organização com seus stakeholders. Empregado e Empregador. Contrato de Trabalho: Direito do trabalhador, rescisão e jornada de trabalho. Tipos Societários e Classificação por porte. Empresário Individual.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA: COLETO, Aline Cristina; ALBANO, Cícero José. Legislação e Organização Empresarial. São Paulo, Editora LT, 2012. LOPES DE SÁ, Antonio. Ética profissional. São Paulo: Atlas, 1996. 193 p. NASH, Laura L. Ética nas empresas: guia prático para soluções de problemas éticos nas empresas. São Paulo: Makron, 2011. 240 p. VALLS, Álvaro L. M. O que é ética. 9 ed. São Paulo: Brasiliense, 2003. 82 p.	
COMPLEMENTAR: ALENCASTRO, Mario Sergio Cunha. Ética Empresarial na Prática. Curitiba: Ibpex, 2010. NALINI, José Renato. Ética Geral e Profissional. São Paulo: RT, 2006.	

NASH, Laura L. Ética nas empresas: boas intenções à Parte. São Paulo: Makron Books, 1993. 239 p.

COMPONENTE CURRICULAR	Atendimento ao Cliente
DOCENTE RESPONSÁVEL	Risia Kaliane Souza
CARGA HORÁRIA	60h
EMENTA: O cliente. Conhecendo os clientes. Cliente Interno. Cliente Externo. Comunicação. Flexibilidade e Atitude. Fidelização do Cliente. Perfis de Clientes. O processo de atendimento. Pesquisa de satisfação.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA: LAS CASAS, A. L.. Marketing de varejo. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006. NACFUR, A. LIGOCKI, M. Cliente Interno versus Cliente Externo. Brasília, 2003. Disponível em: http://www.abonacional.org.br . OLIVEIRA, S.L. Desmistificando o Marketing. Editora Novatec, 2007.	
COMPLEMENTAR: BERG, Ernesto Artur. Manual de Atendimento ao Cliente: Tudo o que Você Precisa Saber Para Conquistar e Manter Clientes. Paraná: Juruá, 2013. GENTIL, E. Diener. As 10 Maiores Armadilhas do Orçamento. Disponível em: http://www.administradores.com.br/artigos/as_10_armadilhas_do_orcamento/113	

51.

GRACIOSO, Francisco. Marketing, uma Experiência Brasileira. São Paulo: Cultrix, 1971.

COMPONENTE CURRICULAR	Empreendedorismo e Inovação
DOCENTE RESPONSÁVEL	Cecília Bezerra
CARGA HORÁRIA	60h
<p>EMENTA: Origens e conceitos de empreendedorismo. Tipos de Empreendedorismo. Perfil do Empreendedor. Empreendedorismo como opção de carreira. Inovação e oportunidades de negócios. Planejamento do Negócio. Visão histórica do empreendedorismo. Conceito de empreendedorismo. Mitos e verdades sobre empreendedorismo.</p>	
BIBLIOGRAFIAS	
<p>BÁSICA:</p> <p>CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo. Saraiva, 2004.</p> <p><u>BERNHOEFT</u>, Renato. Como tornar-se empreendedor em qualquer idade: depoimento do comandante Rolim - da TAM - e outros "cases", ou melhor, "causos" de sucesso de empresarios brasileiros. São Paulo: Nobel, 1997.</p> <p><u>DRUCKER</u>, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira, 2016.</p>	
COMPLEMENTAR:	

COZZI, Alfonso et all. Empreendedorismo de base tecnológica. Rio de Janeiro: Editora Elsevier. 2016.

DOLABELA, Fernando Celso Chagas. O segredo de Luíza. São Paulo: Cultura, 1999.

SEBRAE, Como Elaborar um Plano de Negócios. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>

COMPONENTE CURRICULAR	Projeto Integrador I
DOCENTE RESPONSÁVEL	Fernanda Meneses
CARGA HORÁRIA	40h
EMENTA: Associação entre as diversas disciplinas do semestre corrente, envolvendo os conteúdos abordados nos blocos 1 e 2. Compreensão dos principais conceitos estudados e articulação com a prática a partir da realização de visita estágio.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA: MARCONI, M. A., LAKATOS, E. M. Fundamentos de Metodologia Científica. 7ª ed. Atlas: São Paulo, 2010. HOLANDA, N. Elaboração e avaliação de projetos. APEC. São Paulo, 2005. OLIVEIRA, J. L. de. Texto Acadêmico: Técnicas de Redação e de Pesquisa	

Científica. 8ª edição. Vozes: Petrópolis-RJ, 2012.

COMPLEMENTAR:

GITOMER, Jeffrey. A bíblia de vendas. São Paulo: Mbooks, 2005.

SHETH, Jagdish N. Comportamento do Cliente: Indo Além do Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.

LAS CASAS, A. Administração de vendas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

COMPONENTE CURRICULAR	Gestão de Equipe de Vendas
DOCENTE RESPONSÁVEL	Risia Kalliane Souza
CARGA HORÁRIA	40h
EMENTA: Conceitos básicos em gestão de pessoas. Fatores Motivacionais e definição de metas de vendas. Liderança. Grupo x Equipe. Trabalho em Equipe. Gestão de Conflitos. Relações Interpessoais. Produtividade e Desempenho. Competências do Técnico em Vendas. Treinamento de Vendas. Previsão de Vendas. Planejamento de Vendas. Orçamento de Vendas	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA:	
COBRA, Marcos. Administração de Vendas. 4ª ed. 12ª reimpr. - São Paulo: Atlas, 2009.	
COBRA, Marcos. Administração de Vendas: casos, exercícios e estratégias. São Paulo: Atlas, 1986.	
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. 8ª ed. 4ª reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.	

COMPLEMENTAR:

CASTRO, Luciano Thomé e. Administração de vendas: planejamento, estratégia gestão. São Paulo: Atlas, 2005.

COBRA, Marcos; RANGEL, Alexandre. Serviços ao cliente - uma estratégia competitiva. 7a. ed. São Paulo: Marcos Cobra Editora, 1993.

LAS CASAS, Alexandre L. Administração de Vendas. 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

COMPONENTE CURRICULAR	Direito do Consumidor
DOCENTE RESPONSÁVEL	Ariele Chagas Cruz
CARGA HORÁRIA	60h
EMENTA: Conceitos e princípios do código de defesa do consumidor (CDC). Âmbito de aplicação das normas do direito consumerista. Contratos de Consumo. Responsabilidade Civil no âmbito de defesa do consumidor. Proteção do consumidor em juízo.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA: ALMEIDA, João Batista de. Manual de direito do consumidor. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010. CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Direito do Consumidor. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. LEI Nº 8.078 DE 11 DE SETEMBRO DE 1990. Presidência da República/Casa Civil/Subchefia para Assuntos Jurídicos. Código de Defesa do Consumidor. Brasil.	
COMPLEMENTAR: MARQUES, C. L. Contratos no Código de Defesa do Consumidor; São Paulo:	

Revista dos Tribunais. 2014.

OLIVEIRA, James Eduardo. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR: Anotado e Comentado. Doutrina e Jurisprudência. 5ª ed. Atlas, 2011. VADE MECUM (Obra coletiva de autoria da editora Saraiva com a colaboração de Luiz Roberto Curia – Livia Áspedes e Juliana Nicoletti 21 ed. Atual e empl. São Paulo. Saraiva, 2016.

WHITELEY, Richard C. A empresa totalmente voltada para o cliente: do planejamento à ação. Rio de Janeiro: Campus, 1996

COMPONENTE CURRICULAR	Comportamento do Consumidor
DOCENTE RESPONSÁVEL	Ana Cecília Teixeira
CARGA HORÁRIA	60h
EMENTA: Cliente x Consumidor. Processo de Compra. Os agentes do processo de compra. Formação e mudança da atitude do consumidor. Valor e satisfação do cliente. Influência do consumidor e difusão de inovações. Consumidor 3.0. Concorrência direta e indireta.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA: KOTLER, P. Administração de marketing . 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000. SHIFFMAN, L. G.; KANUK, L.L. Comportamento do Consumidor . Rio de Janeiro: LTC, 2000.	

SOLOMON, M. **O comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

COMPLEMENTAR:

CHURCHULL, G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

LAMB, C. W; HAIR, J. F.; McDANIEL, C. Principios de marketing. São Paulo: Thomson, 2004.

PETER, J. P.; OLSON, J. C. Comportamento do consumidor e estratégia de marketing. Porto Alegre: Mcgraw Hill - Artmed, 2008.

COMPONENTE CURRICULAR	Economia Criativa e Negócios Sustentáveis
DOCENTE RESPONSÁVEL	Cecília Bezerra
CARGA HORÁRIA	40h
EMENTA: Contextualização e os princípios da economia criativa: Indústrias Criativas e Elementos da Criatividade. Start Ups. Projetos Criativos. Economia criativa e desenvolvimento sustentável de empreendimentos, comunidades e territórios.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA: FURTADO, C. Teoria e política do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril Cultural, 2000. JESUS, D. S. V.; KAMLOT, D. Economia criativa e políticas públicas. Curitiba: Prismas, 2016.	

MINC (Ministério da Cultura). Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

COMPLEMENTAR:

CAVALCANTI, Glauce. Economia criativa avança mesmo durante a recessão: PIB do setor cresceu 70% em uma década no Brasil e tendência é positiva, dizem especialistas. O Globo, Rio de Janeiro, 3 jan. 2016. Disponível em <<http://oglobo.globo.com/economia/economia-criativa-avanca-mesmo-durante-recessao-18399357>>

____. Introdução. In: _____. (Org.). Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008, p. 14-49.

SILVA, F. R. M. As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira. NAU Social, 3(4), 111-121, maio/out. 2012.

COMPONENTE CURRICULAR

Técnicas de Negociação

DOCENTE RESPONSÁVEL

Fernanda Meneses de Miranda Castro

CARGA HORÁRIA

40h

EMENTA: Introdução a Negociação. Comportamento em Negociações. Características de Negociadores. Estratégias e Táticas. Comunicação na Negociação. Estresse. Conflitos. Confiança e Cooperação. Erros em uma Negociação.

BIBLIOGRAFIAS

BÁSICA:

ALBERTO, C. A magia dos negociadores: venda produtos, serviços, ideias e você mesmo com muito mais eficácia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

AMARU, A. C. Gerência de trabalho de equipe. 4. ed. São Paulo: Pioneira, 1993. BOHLANDER, G. et al. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Thompson, 2003.

BOWMAN, A. M. B.Os 7 princípios da persuasão. São Paulo: Saraiva, 2014.

COMPLEMENTAR:

CASAS, A. L. L. Técnicas de vendas: como vender e obter bons resultados. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

COBRA, M. Administração de Marketing no Brasil. 1. ed. São Paulo: Cobra, 2003.

JULIO, C. A. A magia dos grandes negociadores. Como vender produtos, serviços, ideias e você mesmo com muito mais eficácia. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COMPONENTE CURRICULAR	Logística e Controle de Estoques
DOCENTE RESPONSÁVEL	Etienne Carneiro
CARGA HORÁRIA	60h
EMENTA: Conceitos básicos em logística. Definições e tipos de cadeias de suprimentos. Gerenciamento das cadeias de suprimentos. Gestão de estoques. Sistemas de custeio. Formação do preço de venda. Sistema de inventário periódico e permanente.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA: BALLOU, Ronald H.. Gerenciamento da cadeia de suprimentos. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2006. BALLOU, Ronald H.. Logística empresarial: transporte, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1992.	

GURGEL, Floriano do Amaral. Logística Industrial. São Paulo: Atlas, 2000.

COMPLEMENTAR:

CAVANHA, Armando Oscar. Logística: novos modelos. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

GOMES, Carlos F. S. e RIBEIRO, Priscilla C.C.. Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia da informação. São Paulo: Pioneira, 2004. HARA, Celso Minoru. Logística: Armazenagem, distribuição e trade marketing. 2ª Edição. Campinas-SP: Alinea, 2008.

COMPONENTE CURRICULAR	Produtos e Serviços: Fundamentos e Análise de Qualidade
DOCENTE RESPONSÁVEL	Fernanda Meneses de Miranda Castro
CARGA HORÁRIA	60h
EMENTA: Evolução histórica e conceitos básicos em qualidade. Gestão e princípios da Qualidade Total. Gerenciamento da Qualidade Total. Qualidade de produtos e serviços. Detecção e prevenção de falhas. Ferramentas da Qualidade Total. Estudo de Metodologias para melhoria da Qualidade. Noções de certificações de qualidade.	
BIBLIOGRAFIAS	
BÁSICA: ALMEIDA, João Batista de. Manual de direito do consumidor. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010. CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Direito do Consumidor. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. LEI Nº 8.078 DE 11 DE SETEMBRO DE 1990. Presidência da República/Casa	

Civil/Subchefia para Assuntos Jurídicos. Código de Defesa do Consumidor. Brasil.
<p>COMPLEMENTAR:</p> <p><u>BONILLA, J. A.</u> - Resposta à crise: Qualidade Total Autêntica em Bens e Serviços. São Paulo: Makron Books. 1993, 239 p.</p> <p>CAMPOS, V. V. - TQC. Controle da Qualidade Total (no estilo japonês). Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1992, 220 p.</p> <p>DEMING, W. E. - Qualidade: a Revolução da Administração. Rio de Janeiro: Marquês Saraiva, 1990, 367 p.</p>

COMPONENTE CURRICULAR	Projeto Integrador II
DOCENTE RESPONSÁVEL	Ana Cecília Teixeira
CARGA HORÁRIA	40h
<p>EMENTA: Associação entre as diversas disciplinas do semestre corrente, envolvendo os conteúdos abordados nos blocos 1 e 2. Compreensão dos principais conceitos estudados e articulação com a prática a partir da realização de visita estágio que apresente os conceitos e ferramentas de Marketing Pessoal, itens relevantes para integrar o currículo, trabalhe no estudante o processo de elaboração e aceitação de críticas, técnicas de apresentação em público, gestão de emoções com vistas a contribuir para o plano de carreira do cursista.</p>	
BIBLIOGRAFIAS	
<p>BÁSICA:</p> <p>BORDIN, Sady. Marketing pessoal: Dez etapas para o sucesso! Rio de Janeiro: BestSeller, 2013.</p> <p>PALMEIRA, Roberto. Etiqueta Empresarial e Marketing Pessoal. São Paulo: Alta Books, 2014.</p>	

QUEIROZ, Eugênio Sales. 60 Dicas Para Um Marketing Pessoal Eficiente. São Paulo: Qualitymark, 2014.

COMPLEMENTAR:

BARDUCHI, A. L. J.; BONILHA, A. P. Desenvolvimento pessoal e profissional. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2009.

CARVALHO, P. C. Empregabilidade: a competência necessária para o sucesso no novo milênio. 7. ed. São Paulo: Alínea, 2011.

LOPES, Lívia M. G.. Como Elaborar seu currículo. Coleção por dentro do mercado de trabalho. eBook Kindle. 2013.