



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA BAIANO
PRÓ-REITORIA DE ENSINO
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
Rua do Rouxinol,115 - Bairro do Imbuí - CEP: 41720052 - Salvador-BA
Telefone: (71) 3186-0048 – E-mail:
diretoria@ead.ifbaiano.edu.br

Projeto Pedagógico de Curso

Técnico em Vendas

Salvador
2017

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CNPJ: 10.728.444/0007-97

Razão Social: INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA BAIANO

Nome Fantasia: IF Baiano

Esfera Administrativa: FEDERAL

Endereço: Rua do Rouxinol, nº 115 – Bairro: Imbuí, CEP: 41720-052

Cidade: Salvador – BA

Telefone: (71) 3186-0011

E-mail: diretoria@ead.ifbaiano.edu.br / gabinete@ifbaiano.edu.br

Site: www.ifbaiano.edu.br

Grupo de Trabalho (GT) responsável pela adequação deste Projeto Pedagógico de Curso (PPC), conforme Portaria nº 627, de 02 de junho de 2016:

Marcos Cajaíba Mendonça - Presidente

Arlênyo Fernandes Batista - Secretário

Joana Dourado Franca De Souza - Membro

Geovane Barbosa do Nascimento

Reitor

SUMÁRIO

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO	2
1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	5
a)Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios	5
b)Modalidade: Semipresencial	5
c)Denominação do Curso: Técnico em Vendas	5
d)Habilitação: Técnico em Vendas	5
e)Local de oferta: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano	5
f)Número máximo de vagas do curso.....	5
g)Número mínimo de vagas do curso.....	5
h)Periodicidade de oferta.....	5
i)Carga Horária	5
j)Regime	5
2. APRESENTAÇÃO	6
3. JUSTIFICATIVA	7
3.1 Caracterização do Polo	10
3.2 Caracterização do Curso.....	11
4. OBJETIVOS	12
4.1 Objetivo Geral	12
4.2 Objetivos Específicos	12
5. PERFIL DO EGRESSO	13
6. PERFIL DO CURSO	14
7. REQUISITOS DE INGRESSO	15
8. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR DO CURSO	15
8.1 Estrutura Curricular	15
8.2 Metodologia do Curso	16
8.2.1 Ambiente Virtual de Aprendizagem	18
8.3 Matriz Curricular	19
9. PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR	20
10. DO PROCESSO DE ENSINO – APRENDIZAGEM.....	36
10.2. Avaliação	36
11. INFRAESTRUTURA	38
12. PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO ADMINISTRATIVO.....	39
12.1 Pessoal Docente	39
12.2 Pessoal Técnico Administrativo	39
12.3 Atribuições do Pessoal Docente e Técnico Administrativo.....	40
12.3.1 Coordenação de Curso.....	40
12.3.2 Coordenação de Polo	42
12.3.3 Coordenação de Tutoria.....	43
12.3.4 Supervisão Pedagógica do Curso	44
12.3.5 Designer Educacional	45
12.3.6 Administrador Técnico do AVA	46
12.3.7 Professor Formador	46
12.3.8 Tutor a Distância.....	47
12.3.9 Tutor Presencial	48

13. CERTIFICADOS E DIPLOMAS	49
REFERÊNCIAS	50

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

- a) Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
- b) Modalidade: Semipresencial
- c) Denominação do Curso: Técnico em Vendas
- d) Habilitação: Técnico em Vendas
- e) Local de oferta: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano
- f) Número máximo de vagas do curso: 50 alunos
- g) Número mínimo de vagas do curso: 30 alunos
- h) Periodicidade de oferta: Anual
- i) Carga Horária: 800 horas
- j) Regime: Modular

2. APRESENTAÇÃO

O documento constitui o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) Técnico em Vendas, na modalidade a distância, modelo semipresencial, numa perspectiva de educação interativa, significativa e flexível, pertencente ao Eixo Tecnológico Gestão e Negócios do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (CNCT). Este projeto se propõe a contextualizar e definir as diretrizes pedagógicas para o respectivo curso no âmbito do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano (IF Baiano).

A educação profissional técnica subsequente ao ensino médio tem por finalidade formar técnicos para atuarem nos diferentes processos de trabalho relacionados aos eixos tecnológicos, com especificidade em uma habilitação técnica reconhecida pelos órgãos oficiais e profissionais. Embora não articulada com o ensino médio, em sua forma de desenvolvimento curricular, os cursos técnicos do IF Baiano estão estruturados de modo a garantir padrões de qualidade correlatos aos demais cursos técnicos quanto ao tempo de duração, à articulação entre as bases científicas e tecnológicas, às atividades de prática profissional e à organização curricular com núcleos politécnicos comuns.

Atuar na educação profissional técnica objetiva romper com a dicotomia entre educação básica e formação técnica, proporcionar e resgatar o princípio da formação humana em sua totalidade, superar a visão dicotômica entre o pensar e o fazer a partir do princípio da politecnia. Do mesmo modo que, visa propiciar uma formação humana e integral em que a formação profissionalizante não tenha uma finalidade em si nem seja orientada pelos interesses do mercado de trabalho, mas se constitui em uma possibilidade para a construção dos projetos de vida dos estudantes (FRIGOTTO; CIAVATTA; RAMOS, 2005).

Este documento apresenta os pressupostos teóricos, metodológicos e didáticos-pedagógicos estruturantes da proposta do curso em consonância com o PPC Institucional. Em todos os elementos estarão explicitados princípios, categorias e conceitos que materializarão o processo de ensino e de aprendizagem destinados a todos os envolvidos nessa práxis pedagógica.

O PPC é norteador do currículo. Caracteriza-se, portanto, como expressão coletiva, devendo ser avaliado periódica e sistematicamente pela comunidade escolar. Deverá ocorrer alteração sempre que se verificar defasagem entre perfil de egresso, objetivos e organização curricular frente as exigências decorrentes das transformações científicas, tecnológicas, sociais e culturais.

3. JUSTIFICATIVA

A ampliação de oferta de cursos técnicos ainda é incipiente e novos desafios precisam ser superados, principalmente em relação a qualificação desses cursos. Nesse cenário, constata uma demanda espontânea em qualificar grupos de pessoas que atuam na atividade comercial e influenciam diretamente no desenvolvimento econômico e social, com impactos significativos na geração de empregos diretos e indiretos, logo o profissional em vendas, como também em áreas correlatas seja Microempresário Individual (MEI), Ambulantes, Representantes Comerciais, Comerciários, Associados e Dirigentes de Cooperativas, Feirantes, Artesão, Agricultores Familiares e Jovens com vocação empreendedora exercem um papel estratégico e, sobretudo precisam estar largamente qualificados nesse contexto.

O Estado da Bahia, por ser o quinto Estado de maior extensão territorial do País, possui características únicas a começar pela quantidade de municípios, totalizando 417, o que infere afirmar que independentemente da caracterização territorial, de acordo aos parâmetros de identidade dos territórios, existe uma demanda latente, em relação ao investimento para qualificação dos profissionais do mundo do trabalho em específico na Gestão de Negócios com ênfase em vendas, a Bahia é sexta economia mais importante do Brasil, contudo no cenário de crise atual cujos dados do comércio apontam só no 1º trimestre de 2016 uma curva no comércio e serviços de -11,9% no volume de vendas, ora, já existem sinais de tímidos de recuperação da economia brasileira, neste contexto é mais que preciso qualificar os agentes que atuam nesse mercado, como também preparar os que pretendem ingressar. Dotando-os de habilidades capazes de desempenhar a mediação para a realização de negócios agenciando propostas e pedidos.

Neste sentido, o Conselho Federal de Representantes Comerciais (CONFERE) junto a Fundação Getúlio Vargas (FGV) sinaliza de forma contundente a necessidade da qualificação profissional e investimentos por parte das instituições públicas de ensino para melhor atender a demanda atual face aos primeiros sinais de retomada de crescimento ainda em 2016, visto que segundo avaliação dos empresários sobre as condições atuais do setor, o Índice de Confiança do Comércio da (FGV) subiu 1,5 ponto em outubro, para 81,9 pontos, Na métrica de médias móveis trimestrais, o índice avançou pelo sexto mês consecutivo, em 2,3 pontos. Na comparação com outubro do ano passado, houve alta de 15,4 pontos, indicando um cenário otimista a médio e longo prazo na retomada do crescimento comercial.

Desta forma, o IF Baiano propõe-se a oferecer o Curso Técnico em Vendas, na forma subsequente, em EAD, por entender que contribuirá para a elevação da qualidade dos serviços prestados à sociedade, através de um processo de apropriação e de produção de conhecimentos científicos e tecnológicos, capaz de impulsionar a formação humana e o desenvolvimento econômico, articulado aos processos de democratização e justiça social.

O curso na modalidade a distância possibilitará suprir a demanda do mercado, promovendo o acesso a um maior número de pessoas, devido à forma como está organizado. A EaD é inclusiva por permitir o acesso à cidadãos que, por diversos motivos, muitas vezes relacionado ao trabalho, ficam excluídos da educação presencial. A possibilidade de o estudante organizar tempos e espaços próprios facilitam a sua formação.

Com o avanço dos conhecimentos científicos e tecnológicos; a nova ordem no padrão de relacionamento econômico entre as nações; o deslocamento da produção para outros mercados; a diversidade e multiplicação de produtos e de serviços; a tendência à conglomeração das empresas, à crescente quebra de barreiras comerciais entre as nações e à formação de blocos econômicos regionais; e, ainda, a busca de eficiência e de competitividade industrial, através do uso intensivo de tecnologias de informação e de novas formas de gestão do trabalho, são, entre outras, evidências das transformações estruturais que modificam os modos de vida, as relações sociais e as do mundo do trabalho. Consequentemente, essas demandas impõem novas exigências às

instituições responsáveis pela formação profissional dos cidadãos.

Nesse cenário, amplia-se a necessidade e a possibilidade de formar os cidadãos capazes de lidar com o avanço da ciência e da tecnologia e de prepará-los para se situar no mundo contemporâneo e dele participar de forma proativa na sociedade e no contexto profissional. Constatase também, a presente necessidade de qualificar e requalificar trabalhadores que já se encontram inseridos no mundo do trabalho em função das citadas transformações nos postos de trabalhos, nas formas de produção de bens e serviços e nas relações profissionais constituídas nos novos contextos socioprodutivos.

Percebe-se, entretanto, na realidade brasileira, um *déficit* na oferta de educação profissional de nível médio, uma vez que com a extinção da Lei Nº. 5.692/71 deixou de ser oferecida nos sistemas de ensino estaduais. Desde então, a educação profissional esteve a cargo da Rede Federal de Ensino – mais especificamente das Escolas Técnicas, Agrotécnicas e Centros de Educação Tecnológica –, de algumas redes estaduais e das instituições privadas, especificamente, as do Sistema “S” (SENAC, SENAI, SESC e SESI), na sua maioria, atendendo às demandas das capitais.

A partir da década de noventa do século XX, com a publicação da atual Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), Lei N.º 9.394/96, a educação profissional passou por diversas mudanças nos seus direcionamentos filosóficos, políticos e pedagógicos, passando a ter um espaço delimitado na própria lei e configurando-se em uma modalidade da educação nacional. Mais recentemente, em 2008, as instituições federais de educação profissional foram reestruturadas para se configurarem em uma Rede Nacional de Instituições Públicas de Educação Profissional e Tecnológica (EPT), denominando-se de Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia. Portanto, tem se constituído pauta da agenda de governo como uma política pública, dentro de um amplo projeto de expansão e interiorização dessas instituições educativas.

Em função dessa política nacional implementada, principalmente mediante a aprovação da Lei Nº. 11.892/08, a partir da integração das antigas Escolas Agrotécnicas Federais de Catu, Senhor do Bonfim, Santa Inês e Guanambi e das antigas Escolas Médias de Agropecuária da Ceplac (EMARC) de Valença, Teixeira de Freitas,

Itapetinga e Uruçuca, o IF Baiano surge, possuindo nos dias atuais mais 3 (três) unidades: uma em Bom Jesus da Lapa, outra em Governador Mangabeira e outra em Serrinha, totalizando assim 11 (onze) *campi*. Inserido na atual dinâmica de expansão da Educação Profissional, o Instituto Federal Baiano implantará mais 3 (três) unidades nos municípios de Alagoinhas, Itaberaba, e Xique-Xique.

3.1 Caracterização do Polo

A estrutura necessária, para a implantação do Curso Técnico em Vendas nos polos de apoio presencial, obedece aos parâmetros já definido na organização didática do instituto que apresenta como requisitos mínimos uma infra-estrutura, capaz de acolher o público alvo.

Os polos de apoio presencial do IF Baiano são compostos pelos seus 12 (doze) Unidade de Ensino e mais 16 (dezesseis) municípios conveniados, a saber: Alagoinhas, Campo Formoso, Conceição da Feira, Ibipitanga, Itacaré, Itororó, Jaguarari, Miguel Calmon, Mucuri, Mundo Novo, Nazaré, Pintadas, Remanso, Salvador, Santa Terezinha, Santo Estêvão e Salvador.

O IF Baiano totaliza 27 (vinte e sete) polos de apoio presenciais dispostos em 18 (dezoito) dos 27 (vinte e sete) territórios de identidade do estado da Bahia, a saber: Bacia do Jacuípe (Pintadas), Bacia do Paramirim (Ibipitanga), Baixo Sul (Valença), Extremo Sul (Teixeira de Freitas, Mucuri), Litoral Norte e Agreste Baiano (Catu, Alagoinhas), Litoral Sul (Uruçuca, Itacaré), Médio Sudoeste da Bahia (Itapetinga, Itororó), Metropolitano de Salvador (Salvador), Piemonte Norte do Itapicuru (Senhor do Bonfim, Campo Formoso, Jaguarari), Piemonte da Diamantina (Miguel Calmon), Piemonte do Paraguaçu (Mundo Novo, Santa Terezinha), Portal do Sertão (Santo Estêvão, Conceição de Feira), Recôncavo (Governador Mangabeira, Nazaré), Sertão do São Francisco (Remanso), Sertão Produtivo (Guanambi), Sisal (Serrinha), Vale do Jiquiriçá (Santa Inês) e Velho Chico (Bom Jesus da Lapa).

3.2 Caracterização do Curso

O Curso Técnico em Vendas proporcionará aos alunos capacitação para atuar em todos os processos que envolvem a venda, desde o planejamento até a execução e o controle, sendo capaz de posicionar-se de forma crítica e ética, decidindo, negociando, interagindo e relacionando-se para otimizar os recursos pessoais e organizacionais, promovendo e antecipando transformações que possam contribuir com o desenvolvimento pessoal e organizacional.

Desta forma, o profissional pode atuar em diversas áreas dentro da empresa, como vendas, financeiro, crediário, marketing, entre outras.

Configura-se em uma proposta curricular baseada nos fundamentos filosóficos da prática educativa, numa perspectiva progressista e transformadora, nos princípios norteadores da modalidade da educação profissional e tecnológica brasileira, explicitados na LDB, bem como nas resoluções e decretos que normatizam a EPT do Sistema Educacional Brasileiro e da Educação a Distância (EAD), além dos demais referenciais curriculares pertinentes a essa oferta educacional.

Estão presentes, também, como marco orientador dessa proposta, as diretrizes institucionais explicitadas no PPC Institucional, traduzidas nos objetivos desta Instituição e na compreensão da educação como uma prática social transformadora, as quais se materializam na função social do IF Baiano que se compromete a promover formação humana integral por meio de uma proposta de educação profissional e tecnológica que articule ciência, trabalho, tecnologia e cultura, numa perspectiva de sustentabilidade ambiental, visando à formação do profissional-cidadão crítico-reflexivo, competente técnica e eticamente e comprometido com as transformações da realidade na perspectiva da igualdade e da justiça social, respeitando seus aspectos étnico, gênero e geracional.

Além disso, visando atender aos estudantes com necessidades educacionais específicas e aos estudantes com deficiência, serão observadas as políticas de inclusão do IF Baiano e utilizadas ferramentas de acessibilidade tecnológica, conhecidas como tecnologias assistivas, e tecnologias de informação e comunicação (TIC) como apoio educacional. Assim, alguns aspectos serão observados: alternativas ao conteúdo sonoro

e visual, por exemplo fornecer equivalências textuais às imagens, áudio e vídeo, como descrever o conteúdo visual ou usar termos que o substitua; alternativas para textos ou objetos em movimento, ou ferramenta de controle das alterações temporais, pois pessoas com *déficit* cognitivo, baixa visão, ou limitações físicas, não conseguem ler com a rapidez necessária para a interação exigida; interfaces integradas que atendam a princípios de acessibilidade, como operacionalidade pelo teclado, emissão de voz, entre outros; fornecer informações de contexto e orientações, para ajudar a compreender elementos complexos, ou mesmo a abertura de um novo *link*, evitando a desorientação; clareza e simplicidade, para promover uma comunicação eficaz.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo Geral

Formar profissionais com as habilidades e conhecimentos necessários para atuação no mundo do trabalho, dominando as competências para o exercício profissional de Técnico em Vendas, com vistas a sustentabilidade dos empreendimentos, convergindo para o desenvolvimento socioeconômico local e regional.

4.2 Objetivos Específicos

- Habilitar um profissional com perfil criativo, empreendedor, dinâmico, proativo e ético, para inserção ou aperfeiçoamento no mundo do trabalho;
- Estimular a capacidade de liderança, bem como a de empreendedorismo, sobretudo buscando a confluência das relações interpessoais entre seus colaboradores;
- Promover a formação de um profissional capaz de compreender a relação holística entre vendedor e cliente, considerando o processo de venda, pré-venda e pós-venda;

- Capacitar os profissionais que já atuam na área de vendas ou gestão de negócios objetivando a ampliação de competências e habilidades, no sentido de uma formação continuada.
- Ampliar o acesso para aos setores que se utilizam desse profissional a possibilidade de compor uma equipe com maior qualificação profissional;
- Possibilitar que o profissional de vendas adquira as habilidades para desenvolver plano de vendas inspirado nos princípios da economia solidária e valores éticos;
- Aplicar técnicas de negociação com otimização e desenvolvimento da fluência linguística, basiladas nos planos de marketing.

5. PERFIL DO EGRESSO

A concluir o Curso Técnico em Vendas espera-se que o aluno demonstre de forma clara, cognitiva, conceitual e espontânea as competências e habilidades inerentes ao exercício do profissional em vendas, capaz de promover o estudo dos produtos e serviços da empresa, caracterizar o tipo de clientes e recolher informações sobre a concorrência e o mercado em geral, preparar, promover e efetuar a venda de produtos e serviços, como também organizar o ambiente de venda, promover serviços de apoio ao cliente, fidelização e atendimento pós-venda, sobretudo organizar e gerenciar os arquivos dos clientes, realizando prospecção de novos clientes.

Neste sentido, tais habilidades lhe credencia para atuar com sucesso em Instituições públicas, privadas e do terceiro setor além, do Comércio em geral como também em Empresas de telemarketing.

Considerando que o processo de verticalização para cursos de graduação no itinerário formativo o estudante do Curso Técnico em Vendas pode ingressar em Curso superior de tecnologia em gestão comercial, Curso superior de tecnologia em comércio exterior, Curso superior de tecnologia em marketing, Curso superior de tecnologia em

gestão financeira, Bacharelado em administração, Bacharelado em comércio exterior haja vista a correlação da atuação deste profissional com todas essas áreas que são totalmente afins, permitindo uma ampliação mais dinâmica de aprofundamento no tema.

Como o processo de formação continuada é imprescindível em todas as áreas de atuação profissional o presente curso traz como perspectiva e possibilidades de formação continuada o ingresso sequencial à graduação na especialização técnica no itinerário formativo podendo o profissional se especializar em Técnica em comércio eletrônico, Especialização técnica em comércio exterior, Especialização técnica em marketing e Especialização técnica em comunicação.

6. PERFIL DO CURSO

O Curso Técnico em Vendas deverá promover ao seu final o conhecimento básico bem como os fundamentos e princípios da sustentabilidade e responsabilidade social em organizações, cuja necessidade se estende a aceitação de toda e qualquer pessoa como um cliente com potencial de compra, pressupondo o uso de diferentes possibilidades de aprendizagem mediada por tecnologias no contexto do processo produtivo e da sociedade do conhecimento, desenvolvendo e aprimorando autonomia intelectual, pensamento crítico, espírito investigativo e criativo, permitindo uma atuação social e profissionalmente de forma ética, fomentando o entendimento e a valorização da leitura como objeto cultural que promove a inserção no mundo do trabalho.

O conhecimento técnico assimilado no processo formativo deverá ultrapassar a sistemática do cálculo de taxas, juros e descontos, simples e compostos, necessária às operações comerciais e às vendas, deverá também identificar e interpretar as diretrizes do planejamento estratégico, tático e operacional aplicáveis à gestão organizacional e às vendas de modo que a compreensão da estrutura da empresa e seus diferentes níveis hierárquicos seja algo espontâneo e intrínseco no portfólio do profissional de vendas.

O curso deverá ainda induzir a compreensão dos principais conceitos e funções administrativas, modelos de gestão com domínio pleno das técnicas de liderança,

motivação e trabalho em equipe, reconhecendo sua importância e influência nas organizações. Conhecer a rotina do profissional, técnicas de organização do ambiente de trabalho negociações, atendimentos ao público e interação, com vistas a mediação de conflitos com proposições de soluções utilizando um comportamento assertivo uma vez que esse profissional entende a importância em cumprir as normas para funcionamento de uma organização que valoriza o Código do Consumidor.

7. REQUISITOS DE INGRESSO

Para o acesso ao Curso Técnico em Vendas, na modalidade a distância, na forma subsequente, o candidato deve atender aos seguintes requisitos:

- Ter concluído o ensino médio, sendo portador do Certificado de Conclusão ou documento equivalente.
- Estar cursando o ensino médio, de acordo com a Portaria MEC Nº. 1.547/2011, devendo apresentar declaração da escola onde está matriculado. Ressaltando que a conclusão do Curso Técnico em Vendas só será possível mediante apresentação do Certificado de Conclusão do ensino médio.

Sendo direcionado a um público específico, o Processo Seletivo para estudantes será realizado através de sorteio eletrônico, com edital específico que regulamentará o processo de seleção dos cursistas.

8. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR DO CURSO

Os princípios pedagógicos, filosóficos e legais que subsidiam a organização, definidos neste PPC, associados à aprendizagem dos conhecimentos presentes na estrutura curricular do curso, conduzem a um fazer pedagógico no qual a articulação entre teoria e prática é um dos fundamentos.

8.1 Estrutura Curricular

A divisão estratégica em três módulos sequenciais, possui uma carga horária

somatória de 800 horas, logo não haverá certificação intermediária e apenas os alunos que concluírem todos os módulos com aprovação em 100% das disciplinas, estarão aptos a receberem o Diploma de Técnico em Vendas, do Eixo de Gestão e Negócios.

O **Módulo I** traz os conceitos necessários para a ambientação do cursista no tocante a construção de conhecimentos mínimos para lidar no ambiente comercial, logo os componentes curriculares agrupam-se e figuram conteúdos que perpassam o eixo de informática e comunicação alinhados com gestão de negócios. O **Modulo II** traz disciplinas essenciais para garantir a boa qualificação do cursista que atua, atuará ou está se qualificando no segmento de comércio, neste sentido há uma convergência de conteúdos a serem trabalhados com temas recorrentes como ética, finanças e noções da legislação empresarial, trabalhista e do consumidor, sendo assim revela-se a necessidade da sua carga horária ser maior que os demais módulos. Por fim, o **Módulo III** traz os principais conteúdos que objetivam ampliar a construção do conhecimento do profissional, embasando-o para atuar no cenário comercial moderno, competitivo e inovador, possibilitando que haja uma interação com os impactos da globalização e as principais tendências de mercado.

Por ser um curso na Modalidade à Distância as turmas serão organizadas com no mínimo 30 alunos e no máximo 50 alunos, obedecendo em sua formação conforme processo seletivo a legislação correlata às cotas raciais instituídas pela Lei Federal Nº 12.711, bem como atendendo o percentual destinado aos portadores de necessidades especiais amparados na Constituição Federal 1988 no Art. 208.

A duração do curso tem previsão de início e término em 12 meses, considerando os devidos recessos e feriados estaduais programados e previstos no calendário do respectivo ano letivo.

8.2 Metodologia do Curso

Compreende-se a metodologia como um conjunto de procedimentos empregados

a fim de atingir os objetivos propostos para a formação profissional, em nível médio, dos profissionais com um perfil voltado a atuação em vendas bem como a vocação empreendedora.

Para a sua concretude, é recomendado considerar as características específicas dos estudantes, seus interesses, condições de vida e de trabalho, além de observar os seus conhecimentos prévios, orientando-os na (re)construção dos conhecimentos científicos, bem como na especificidade do curso.

A metodologia empregada “visa à aprendizagem autônoma, com auxílio dos tutores presenciais, dos tutores a distância, dos coordenadores dos polos formando uma equipe que busca, na combinação de tecnologia, meios de comunicação e material didático, um processo pedagógico eficiente e eficaz.

Para tanto, prevê um encontro presencial semanal, conforme cronograma da Coordenação de Curso e previamente informado aos estudantes, e de acordo à sequência das disciplinas e suas respectivas cargas horárias. Os encontros ocorrerão nos polos de apoio presencial do IF Baiano, sendo obrigatória a presença do estudante no local previsto para sua efetivação. Os momentos presenciais estarão centrados na exposição e discussão dos conteúdos, a partir dos textos de referências indicados nos Módulos. Serão desenvolvidos por meio de atividades planejadas (exibição de videoaula, seminários, debates, estudo dirigido, oficinas, atividades extraclasse, trabalho de campo entre outras), orientadas e auxiliados por Tutor Presencial do polo.

No AVA, mediados por recursos audiovisuais, tecnologias didáticas e por Tutores a Distância, e articulados com os Cadernos, serão desenvolvidas reflexões sobre pontos apresentados, atividades complementares, orientações para o desenvolvimento de pesquisas, leituras complementares, trabalhos em grupos, atividades avaliativas, entre outros. A comunicação, via AVA, promoverá a integração da turma, cabendo ao Tutor a distância a condução pedagógica.

Os procedimentos didático-pedagógicos que possam auxiliar os cursistas nas suas construções intelectuais, procedimentais e atitudinais exigem que os estudos a distância sejam apoiados em:

- utilização de recursos tecnológicos para subsidiar as atividades pedagógicas;
- desenvolvimento do trabalho de tutoria (presencial e a distância) junto aos

estudantes;

- utilização das ferramentas de interação do AVA (bate-papo, fórum, entre outros);
- problematização, buscando diferentes fontes de informação;
- reconhecimento da existência de uma identidade comum do ser humano, sem desconsiderar os diferentes ritmos de aprendizagens e subjetividades;
- adoção da pesquisa como um princípio educativo;
- articulação e integração de conhecimentos das diferentes áreas;
- organização de um ambiente educativo que articule múltiplas atividades voltadas às diversas dimensões de formação, favorecendo a transformação das informações em conhecimentos diante das situações reais de vida;
- identificação das necessidades de aprendizagem dos estudantes a partir do levantamento dos seus conhecimentos prévios;
- orientação e elaboração de projetos ou planos de trabalho junto com o estudante, com o objetivo de articular e inter-relacionar os saberes, tendo como princípios a contextualização e a interdisciplinaridade;
- promoção de momentos de reflexão que possibilitem repensar o processo de ensino e aprendizagem de forma significativa para a tomada de decisões;
- desenvolvimento de projetos, seminários, debates, atividades individuais e outras atividades em grupo, buscando sempre a interatividade.

8.2.1 Ambiente Virtual de Aprendizagem

O AVA utilizado pelo IF Baiano, atualmente, é a plataforma *moodle*. Plataforma de gerenciamento de aprendizagem, gratuito e de código aberto (software livre sob Licença Pública Geral GNU – do inglês, General Public License – GPL), que possibilita a interação da comunidade acadêmica através do uso de seus recursos.

O *moodle* possui uma interface amigável com navegação facilitada e pode ser acessado através de um *browser* (navegador de internet) comum. Outrossim, o *moodle* possui disponíveis ferramentas síncronas e assíncronas tais como: fórum, *chat*, bloco de anotações, pesquisa de opinião, questionário, tarefas (incluindo espaço para *feedback* e

notas), dentre outros. Conta também com os recursos de glossário, wiki, contatos (envio e recebimento de mensagens, incluindo aviso de mensagens novas, usuários que estão *online* e perfil do usuário, com foto), agenda, avisos, histórico de acessos e participações, emissão de relatórios, entre outras. Além dessas ferramentas, outros módulos e *plug-ins* podem ser instalados ou adequados.

8.3 Matriz Curricular

Da carga horária total, 80% de cada componente curricular será ofertada na modalidade a distância e 20% será ministrado de forma presencial, atendendo à Resolução nº 6, de 20 de setembro de 2012, artigo 33, do Conselho Nacional de Educação.

CURSO TÉCNICO EM VENDAS			
	COMPONENTES CURRICULARES	C.H. Presencial	C.H. A Distância
Módulo I	Introdução ao curso de Vendas	12	48
	Comportamento do Consumidor	12	48
	Economia Solidária e Cooperativismo	12	48
	Fundamentos de Marketing	12	48
	Ética e Relações Interpessoais	12	48
	Atendimento ao Cliente	12	48
Módulo II	Gestão Financeira	12	48
	Técnicas de Negociação	12	48
	Fundamentos de Direito: Trabalhista e Empresarial	12	48
	Direito do Consumidor	12	48
Módulo III	Desenvolvimento Sustentável	06	24
	Empreendedorismo e Inovação	12	48
	Produtos e Serviços: Fundamentos e Análise de Qualidade	12	48
	Gestão de Custos	10	40
TOTAL DA CARGA HORÁRIA		160	640
			800

9. PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

EMENTÁRIO DO CURSO

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Introdução ao Curso de Vendas	ICV	60
EMENTA		
Introdução e utilização do ambiente virtual de aprendizagem Moodle, no que diz respeito, ao acesso e uso dos recursos disponíveis; Histórico e fundamentos da EAD e orientações iniciais referentes ao curso de Vendas.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
Referências Básicas:		
ALVES, Lynn; BARROS, Daniela; OKADA, Alexandra (Orgs.) Moodle: Estratégias Pedagógicas e Estudos de Caso. Salvador: EDUNEB, 2009.		
BRASIL. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano. Projeto Pedagógico do Curso Técnico de nível médio em Vendas, 2016.		
LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.		
SILVA, Marcos. Educação Online: teorias, práticas, legislação, formação corporativa. São Paulo: Editora Loyola. 2003.		
SILVEIRA, MHS. Escola Aprendente: para além da Sociedade da Informação. Rio de Janeiro: Quartet Editora , 2003		
TORI, Romero. Educação sem distância: As tecnologias interativas na redução de distância em ensino e aprendizagem. São Paulo: SENAC, 2010.		
Referência Complementar:		
MORAN, José Manuel. O que é EAD? Disponível em: http://www.escolanet.com.br/sala_leitura/oqead.html		
SANTOS, Edmáea. Educação online para além da EAD: um fenômeno da cibercultura. Actas do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia. Braga: Universidade do Minho, 2009 . Disponível em: http://www.educacion.udc.es/grupos/gipdae/documentos/congreso/Xcongreso/pdfs/t12/t12c427.pdf		

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Comportamento do Consumidor	CDC	60
EMENTA		
Compreendendo o consumidor. Percepção do consumidor. Aprendizagem do consumidor. Formação e mudança da atitude do consumidor. Classe social e comportamento do consumidor. Valor e satisfação do cliente. Influência do consumidor e difusão de inovações. Consumidor consciente. Comportamento do consumidor empresarial e virtual. Consumidor global.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
<p>Referências Básicas:</p> <p>McCARTHY, J. E.; PERREAUDET, W. D. Marketing essencial: uma abordagem gerencial e global. São Paulo: Atlas, 1997.</p> <p>SHIMP, T. A. Propaganda e promoção: aspectos complementares da comunicação integrada de marketing. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.</p> <p>SHIFFMAN, L. G.; KANUK, L.L. Comportamento do Consumidor. Rio de Janeiro: LTC, 2000.</p>		
<p>Referência Complementar:</p> <p>CHURCHULL, G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.</p> <p>KOTLER, P. Administração de marketing. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.</p> <p>LAMB, C. W; HAIR, J. F.; McDANIEL, C. Princípios de marketing. São Paulo: Thomson, 2004.</p> <p>PETER, J. P.; OLSON, J. C. Comportamento do consumidor e estratégia de marketing. Porto Alegre: Mcgraw Hill - Artmed, 2008.</p> <p>SOLOMON, M. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.</p>		

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Economia Solidária e Cooperativismo	ESC	60
EMENTA		
Diversas abordagens do conceito de trabalho. O processo histórico-sócio-cultural do trabalho Tipos de trabalho: trabalho urbano x rural, autônomo x formal, público x privado, trabalho braçal x trabalho intelectual (saber x fazer), trabalho individual x trabalho coletivo.		
Base Epistemológica do Cooperativismo, Legislação Cooperativista, Administração de Empresas Cooperativistas, Gerenciamento e Auditoria em Cooperativismo, Qualidade em Serviços Cooperativistas.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
Referências Básicas:		
ALMEIDA, Marcus Elidius Michelli de; BRAGA, Ricardo Peake (coord.). Cooperativas à luz do Código Civil - São Paulo: Quartier Latin, 2006.		
ANTUNES, Ricardo. Os sentidos do trabalho : Ensaio sobre a afirmação e negação do trabalho. 6 a reimpressão. São Paulo, Boitempo Editorial, 2003.		
CENZI, Neríi Luiz. Cooperativismo : desde as origens do projeto de lei de reforma do sistema cooperativo brasileiro. Curitiba: Juruá, 2009, 172p.		
CRUZIO, Helnon de Oliveira. Como organizar e administrar uma cooperativa : uma alternativa para o desemprego. 4ed. Rio de Janeiro: editora F.G.V, 2005, 156p.		
FRIGOTTO, Gaudêncio. Concepções e Mudanças no Mundo do Trabalho e o Ensino Médio . www.grupos.com.br/group/fis .		
KURZ, Robert. A honra perdida do trabalho . 2002. Acessado eletronicamente em < http://obeco.planetaclix.pt/rkurz109.htm > em 11de junho de 2016.		
PIRES, Maria Luisa Lins e Silva; SILVA, Emanuel Sampaio [ET AL]. Cenários e Tendências do Cooperativismo . Recife: Bagaço, 2004, 100p.		
SIQUEIRA, Paulo César Andrade. Direito Cooperativo Brasileiro – Comentários à Lei 5.764/71 . São Paulo: Dialética, 2004.		
Referência Complementar:		
BENEVIDES, Diva Pinho. Dicionário de Cooperativismo . São Paulo: E. Otto Garcia Ltda. Editores, 1961.		
OCB. Orientação para constituição de cooperativas . 3 ed. Organização das Cooperativas Brasileiras. Brasília, 1991.		

GAIGER, L. I. **Significados e tendências da Economia Solidária**. In: Sindicalismo e Economia Solidária. São Paulo: Central Única dos trabalhadores – CUT, 1999. pp. 29-42.

OLIVEIRA, Nestor Braz de. **Cooperativismo – Guia Prático**. 2 eds OCERGS, Porto Alegre, 1984.

POLÔNIO, Wilson Alves – **Manual das Sociedades Cooperativas**. S. Paulo: Ed. Atlas, 1998.

RECH, Daniel – **Cooperativas – Uma alternativa de organização popular**. Rio de Janeiro: Fase Editora.

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Fundamentos de Marketing	FM	60
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. Comportamento do consumidor. Varejo. Atacado. Funções básicas de um vendedor. Técnicas de Vendas. Treinamento de Vendas. Previsão de Vendas. Planejamento de Vendas. Orçamento de Vendas. Merchandising. Layouts de lojas e uniformização da equipe de vendas. Vitrinismo. Marketing de Relacionamento.		

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referências Básicas:

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.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CORREA, Henrique L. **Planejamento, Programação e Controle da Produção**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Referência Complementar:

DRUKER, Peter. **Management: Tasks, Responsibilities, Practices**. New York: Harper and Row, 1973.

EIGLIER, Pierre, LANGEARD, Eric, SERVUCTION- **A Gestão de Marketing de Empresas de Serviços**, McGraw-Hill, Portugal, 1991.

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

GENTIL, E. Diener. **As 10 Maiores Armadilhas do Orçamento**. Disponível em:

[http://www.administradores.com.br/artigos/as_10_armadilhas_do_orcamento/11351.](http://www.administradores.com.br/artigos/as_10_armadilhas_do_orcamento/11351)

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

HEIZER, J. e RENDER, B. **Administração de Operações: Bens e Serviços/ Jay Heizer; Barry Render**. LTC - Livros Técnicos e Científicos Editora S.A. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2001.

HOFFMAN, Douglas K. **Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos Estratégias e Casos /**

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Ética e Relações Interpessoais	ERI	60

EMENTA

Conceitos fundamentais para a compreensão da ética. Valores, profissão e ética. Conduta ética. Ética na relação da organização com seus stakeholders. Iniciativas ambientais influenciam a cultura organizacional. Ética Profissional. Gestão da Reputação do Profissional. Código de Ética Empresarial. Comunicação Interpessoal. Competência Interpessoal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referências Básicas:

ALENCASTRO, Mario Sérgio Cunha. **Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa**. Curitiba: IBPEX, 2010.

ALLEN, Johnny Allen (et al). **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ARANTES, Elaine Cristina. **Empreendedorismo e responsabilidade social**. Elaine Cristina Arantes, Zelia Halicki; Adriano Stadler (Org). Curitiba: IBPEX, 2011 – (Coleção Gestão Empresarial; v. 4).

Referência Complementar:

ASHLEY, Patricia Almeida (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2ª.Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos**. 5 e. São Paulo: Atlas, 2003.

COSTA, Henrique Sérgio Gutierrez da. **Negociando para o sucesso**. Curitiba: IBPEX, 2008.

DONNELLON, Anne. **Liderança de equipes: escolha sua equipe, comunique as metas, defina as funções, crie um clima de confiança, soluções práticas para os desafios do trabalho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

MACEDO, Ivanildo Izaias de. **Aspectos comportamentais da gestão de pessoas**. 9 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Atendimento ao Cliente	AC	60
EMENTA		
A evolução histórica do Marketing. O cliente. Conhecendo os clientes. Cliente Interno. Cliente Externo. Marketing Pessoal. Qualidade Pessoal. Autoconhecimento. Comunicação. Flexibilidade e Atitude. Relações Interpessoais. Fidelização do Cliente.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
Referências Básicas:		
NACFUR, A. LIGOCKI, M. Cliente Interno versus Cliente Externo . Brasília, 2003. Disponível em: http://www.abonacional.org.br .		
OLIVEIRA, S.L. Desmitificando o Marketing. Editora Novatec, 2007.		
PARREIRAS, F. Marketing Pessoal: Você é um produto. Disponível em: www.mundodomarketing.com.br		
Referência Complementar:		
KOTLER, P. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados . São Paulo. Futura, 1999.		
GRACIOSO, Francisco. Marketing, uma Experiência Brasileira . São Paulo: Cultrix, 1971.		
IRIGARAY; VIANNA; NASSER; LIMA. Gestão e Desenvolvimento de Produtos e Marcas . 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.		

KOTABE, Masaaki; HELSEN, Kristian. **Administração de marketing global**. São Paulo: Atlas. 2000.

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Gestão Financeira	GF	60
EMENTA		
Contabilidade e seu ambiente. Plano de contas. Escrituração e o método das partidas dobradas. Regime de competência e de caixa. Operações com mercadorias e lançamentos. Balancete de verificação. Demonstrações contábeis. Balanço patrimonial. Apuração e contabilização de lucro bruto e das provisões. 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. Séries de pagamentos.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
Referências Básicas:		
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.		
IUDÍCIBUS, S. et al. Contabilidade introdutória . 11.ed. São Paulo: Atlas, 2010.		
MARCONDES, O. Matemática financeira . 6. ed. São Paulo: Ática, 1992.		
MARION, J. C.. Contabilidade empresarial . 15.ed. São Paulo: Atlas, 2009.		
RIBEIRO, O. M.. Contabilidade geral fácil . 5.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.		
Referência 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.		
FRANCO, H.. Contabilidade na era da globalização . São Paulo: Atlas, 1999.		
HOJI, M. Administração financeira e orçamentária : matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.		

IUDÍCIBUS, S. de; MARION, J. Carlos; LOPES, C.C. V. de M. **Curso de contabilidade para não contadores:** para as áreas de administração, economia, direito, engenharia -livro de exercícios. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, S. de. **Teoria da contabilidade.** 10.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARION, J. C. **Contabilidade empresarial:** livro de exercícios. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PILÃO, N. E. **Matemática financeira e engenharia econômica:** a teoria e a prática da análise de projetos de investimentos. São Paulo: Thomson Learning, 2003.

SÁ, A. L. de; AS, A. M. L. de. **Dicionário de contabilidade.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SILVA, F. M. S. ; ABRÃO, M. **Matemática básica para decisões administrativas.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Técnicas de Negociação	TN	60
EMENTA		
Introdução a Negociação. Ética e Comportamento em Negociações. Características de Negociadores. Estratégias e Táticas. Comunicação na Negociação. Motivação. Estresse. Conflitos. Confiança e Cooperação. Erros em uma Negociação. Trabalho em Equipe.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
Referências Básicas:		
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.		
CASAS, A. L. L. Técnicas de vendas: como vender e obter bons resultados. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2011.		

CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

KHALSA, M.; ILLIG, R. **Faça bem feito, ou não faça:** inovando o relacionamento entre comprador e vendedor. [S.L.]: Novo Século, 2012.

Referência Complementar:

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

DUTRA, J. S. **Gestão de Pessoas**: Modelo, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2006.
FISHER, R.; URY, W.; PATTON, B. **Como chegar ao Sim**. Tradução Vera Ribeiro & Ana Lauiza Borges. 2. ed. Revisada e ampliada. Rio de Janeiro: Imago, 2005.

GIL, A. C. **Administração de recursos humanos**: um enfoque profissional. São Paulo: Atlas, 1994.

GODRI, D. Marketing de ação. **O marketing que se ensina nas universidades e se pratica nas melhores empresas**. 4. ed. Blumenau: EKO, 1997.

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.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle em Administração e Negócios. 5. ed., São Paulo: Atlas, 1998

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Fundamentos de Direito: Trabalhista e Empresarial	FD	60
EMENTA		
Trabalhista: Introdução ao Direito do Trabalho. Fontes do Direito do Trabalho. Princípios Constitucionais e Trabalhistas. Direitos Trabalhistas Fundamentais. Obreiro. Empregador. Contrato de Trabalho. A Consolidação das Leis Trabalhistas. Relação trabalhista Empregado X Empregador. Contrato de Trabalho. Aviso prévio. Estabilidade. FGTS. Identificação e registro profissional. Jornada de Trabalho. Direito Coletivo de Trabalho. Legislação Sindical.		
Empresarial: teoria da empresa, perfis da empresa, empresários, sociedades empresárias, micro e pequena empresa. Introdução ao Direito Cambial: abstração, literalidade, cartularidade, autonomia, classificação e especificidades dos títulos de crédito – letra de câmbio, nota promissória, cheque, duplicata – vencimento e pagamento, protesto cambial, saque ou emissão, aceite, endosso, aval.		

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referências Básicas:

BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho.

MAMEDE, Gladston. **Manual de Direito Empresarial.** 6^a ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MANUS, Pedro Paulo Teixeira. **Direito do Trabalho.** 14.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MORAES FILHO, Evaristo de; MORAES, Antônio Carlos Flores de. **Introdução ao Direito do Trabalho.** 9. ed. São Paulo: LTr, 2003.

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. **Iniciação ao Direito do Trabalho.** 39.ed. São Paulo: LTr Editora, 2014.

NEGRÃO, Ricardo. **Direito Empresarial:** estudo unificado / Ricardo Negrão 3 ed. ver-São Paulo: Saraiva 2011.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial:** Teoria geral e direito societário. Volume 1. Marlon Tomazette 4^a Ed. São Paulo; Atlas, 2012.

VADE MECUM (Obra coletiva de autoria da editora Saraiva com a colaboração de Luiz Roberto Curia – Lívia Áspedes e Juliana Nicoletti 21 ed. Atual e empl. São Paulo. Saraiva, 2016.

Referência Complementar:

COELHO, Fabio Ulhoa. **Manual do Direito comercial direito de empresa.** 24 ed.- São Paulo. Saraiva, 2012.

DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de Direito do Trabalho.** São Paulo: LTr Editora, 2012.

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Direito do Consumidor	DC	60
EMENTA		
Introdução ao Direito do consumidor: sujeitos e formação das relações de consumo; direitos; princípios fundamentais; qualidade dos produtos e serviços e a proteção do consumidor. Levantamento e caracterização do defeito do produto ou serviço. Proteção contratual e acesso à Justiça do Código de Defesa do Consumidor.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
<p>Referências Básicas:</p> <p>ALMEIDA, João Batista de. Manual de direito do consumidor. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. Manual de direito do consumidor. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.</p> <p>CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de Direito do Consumidor. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>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>		
<p>Referência Complementar:</p> <p>MARQUES, C. L. Contratos no Código de Defesa do Consumidor; São Paulo: Revista dos Tribunais. 2014.</p> <p>OLIVEIRA, James Eduardo. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR: Anotado e Comentado. Doutrina e Jurisprudência. 5ª ed. Atlas, 2011.</p> <p>VADE MECUM (Obra coletiva de autoria da editora Saraiva com a colaboração de Luiz Roberto Curia – Lívia Áspedes e Juliana Nicoletti 21 ed. Atual e empl. São Paulo. Saraiva, 2016.</p> <p>WHITELEY, Richard C. A empresa totalmente voltada para o cliente: do planejamento à ação. Rio de Janeiro: Campus, 1996</p>		

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Desenvolvimento Sustentável	DC	60
EMENTA		
Desenvolvimento Sustentável: concepções, dimensões e impactos. Diferentes dimensões do Desenvolvimento (ambiental, econômica, social, política, tecnológica, outras). Relações entre tecnologia e desenvolvimento sustentável. Desenvolvimento Sustentável e Movimentos Sociais.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
Referências Básicas:		
<p>BRASIL. Protocolo de Quioto . Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia (tradução e edição). 2000. 29 p. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0012/12425.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2016.</p> <p>SEIFFERT, M. E. B. Mercado de Carbono e Protocolo de Quioto: oportunidades de Negócio na Busca da Sustentabilidade. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 202 p.</p> <p>[4]: VEIGA, J. E. Mundo em Transe: do Aquecimento Global ao Eco desenvolvimento Campinas: Editora Autores Associados, 2009. 128 p.</p> <p>GONÇALVES, P. A Reciclagem Integradora dos Aspectos Ambientais, Sociais e Econômicos. Rio de Janeiro: Fase, 2003.</p> <p>VEIGA, José Eli da. Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.</p>		
Referência Complementar:		
<p>ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). NB R 14.040 – Gestão ambiental – Avaliação do ciclo de vida – Princípios e estrutura. 2001.</p> <p>FRONDIZI, I. M. R. L. (Coord.). O mecanismo de Desenvolvimento Limpo: guia de orientação 2009. Rio de Janeiro: Imperial Novo Milênio: FIDES, 2009. Disponível em <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0205/205947.pdf>. Acesso em 08 jun. 2016.</p> <p>KAZAZIAN, T. Haverá a Idade das Coisas Leves - Design e Desenvolvimento Sustentável. São Paulo: Ed. SENAC, 2005.</p>		

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Empreendedorismo e Inovação	EM	60
EMENTA		
Visão histórica do empreendedorismo. Conceito de empreendedorismo. Mitos e verdades sobre empreendedorismo. Intraempreendedorismo. Micro e Pequena Empresa. Empresa Familiar. Identificação de Negócio. Oportunidade de Negócio. Tipos existentes de Negócio. Sociedade e meio ambiente. Plano de Negócio. Lei nº 9.795/99: Educação ambiental no ambiente dos Negócios: os planos de ação e a estratégia ecológica.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
Referências Básicas:		
BERNARDI, L. A. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2007		
DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. [S.L.]: Cultura Editores Associados, 1997.		
DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.		
DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: entrepreneurship. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 2000.		
Referência Complementar:		
DEGEN, R. J. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.		
DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Sextante, 2008.		
DOLABELA, F. O Segredo de Luisa. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.		
JUSTUS, R. Empreendedor (O): como se tornar um líder de sucesso. São Paulo, Larousse, 2009.		
LEITE, E. O fenômeno do empreendedorismo. Recife: Bagaço, 2000.		
SALIM, C. S; et al. Construindo Planos de Negócios. Rio de Janeiro: Câmpus, 2001.		
TACHIZAWA, T. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.		

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Produtos e Serviços: Fundamentos e Analise de Qualidade	PSFAQ	60
EMENTA		
Estudo do conceito, história, importância e evolução da qualidade. Gestão e princípios da Qualidade Total. Gerenciamento da Qualidade Total. Qualidade de serviço. Detecção e prevenção de falhas que garantam a qualidade. Apresentação de ferramentas da Qualidade Total. Estudo de Metodologias para melhoria da Qualidade. Apresentação de instrumentos para a correção dos desvios. Certificações de qualidade. Qualidade na interface Compras/vendas. Conhecendo os novos rumos dos sistemas de qualidade.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
<p>Referências Básicas:</p> <p>CAMPUS, Vicente Falconi. TQC: Controle da Qualidade Total. 8.ed. Nova Lima-MG: INDG Tecnologia e Serviços Ltda, 2004.</p> <p>MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da Produção e Operação. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.</p> <p>VIEIRA FILHO, Geraldo. Gestão da Qualidade Total: uma abordagem prática. 3.ed. Campinas: Editora Alínea, 2010.</p>		
<p>Referência Complementar:</p> <p>BONILLA, J. A. - 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> <p>JURAN, J. M. - Juran Planejando a Qualidade. São Paulo: Pioneira, 1990, 394 p.</p> <p>LUSTOSA, Leonardo (et al.). Planejamento da produção. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.</p> <p>SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. Administração da Produção. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009.</p>		

DENOMINAÇÃO	SIGLA	CH
Gestão de Custos	GC	50
EMENTA		
Conceito e classificação de custos. Elementos de custos. Critério de rateio dos custos indiretos. Sistemas de custeio. Formação do preço de venda. Margem de lucro e Ponto de equilíbrio.		
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
<p>Referências Básicas:</p> <p>MARTINS, E. Contabilidade de custos. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>LEONE, G. S. G. Custos: planejamento, implantação e controle. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>SOUZA, A. C. A. Gestão de custos: aplicações operacionais e estratégicas, exercícios resolvidos e propostos com utilização do excel. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.</p>		
<p>Referência Complementar:</p> <p>BORNIA, A. C. Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>DUTRA, R. G. Custos: uma abordagem prática. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, L. M. de. Contabilidade de custos para não contadores. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>RIBEIRO, O.M. Contabilidade de custos fácil. 8 ed. São Paulo: Saraiva, 2013.</p> <p>SILVA, R.; SOUZA, N.; SANTOS, L. L. dos. Gestão de custos: contabilidade, controle e análise. São Paulo: Atlas, 2010.</p>		

10. DO PROCESSO DE ENSINO – APRENDIZAGEM

Entende-se que a formação técnica consiste em um conjunto de atividades teórico-práticas investigativas e reflexivas. Tais atividades apontam para aquisição e construção críticas de conhecimentos, habilidades e valores que podem contribuir para que os profissionais da área de vendas possam assumir postura ética e responsável em relação ao grupo social em que atua profissionalmente.

10.2. Avaliação

Considera-se a aprendizagem como processo de construção de conhecimento em que, partindo dos conhecimentos prévios dos estudantes, os professores e tutores assumem um fundamental papel de mediação, idealizando estratégias de ensino de maneira que, a partir da articulação entre o conhecimento do senso comum e o conhecimento sistematizado, o estudante possa desenvolver suas percepções e convicções acerca dos processos sociais e de trabalho, constituindo-se como pessoa e profissional com responsabilidade ética, técnica e política em todos os contextos de atuação.

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

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

A proposta pedagógica do curso prevê atividades avaliativas que funcionem como instrumentos colaboradores na verificação da aprendizagem, contemplando os seguintes aspectos:

- adoção de procedimentos de avaliação contínua e cumulativa;
- prevalência dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos;
- inclusão de atividades contextualizadas;
- manutenção de diálogo permanente com o aluno;
- consenso dos critérios de avaliação a serem adotados e cumprimento do estabelecido;
- disponibilização de apoio pedagógico para aqueles que têm dificuldades;
- adoção de estratégias cognitivas e metacognitivas como aspectos a serem considerados nas avaliações;
- adoção de procedimentos didático-pedagógicos visando à melhoria contínua da aprendizagem;

A avaliação, sendo dinâmica e continuada, não deve limitar-se à etapa final de uma determinada prática. Deve, sim, pautar-se por observar, desenvolver e valorizar todas as etapas de crescimento, de progresso do educando na busca de uma participação consciente, crítica e ativa do mesmo. Para tanto, o curso prevê a utilização de diversos instrumentos avaliativos: análise de trabalhos, desenvolvimento de projetos, participação nos fóruns de discussão, produção escrita, produção nas diversas linguagens (texto, imagens, áudio, vídeo), prova escrita e por outras atividades propostas de acordo com a especificidade de cada disciplina, serão realizadas atividades propostas pelos professores das disciplinas, organizado pelos Tutores sob a Coordenação dos Professores e Coordenação do Curso, visando trabalhar os conhecimentos teóricos em um ou mais componentes curriculares, com vista a ofertar atividades práticas que possibilitem ao aluno a vivência de experiências, que possivelmente ele terá contato e m sua atuação profissional futura

Para as disciplinas de 30 (trinta) horas deverão ser realizadas no mínimo 02 (duas) atividades avaliativas. Para as disciplinas de 60 (sessenta) horas deverão ser realizadas no mínimo 03 (três) atividades avaliativas. As atividades avaliativas no AVA terão peso 10 (dez) e as atividades presenciais terão peso 10 (dez), distribuídas a critério do professor, sendo, nesses casos, a média obtida pela soma das duas notas.

As atividades *online* terão prazo para realização e não terão segunda chamada. Após este prazo não serão pontuadas nem contabilizadas para efeito de cálculo da média. Nos casos em que ficar comprovado a impossibilidade do estudante cumprir o prazo, a atividade realizada fora do prazo será pontuada, somente para o estudante em questão.

Para fins de aprovação no curso será considerado o rendimento, com média no Componente Curricular igual ou acima de 6,0 (seis), e a frequência mínima de 75%, sendo esta registrada nas atividades presenciais e *online*.

A frequência no AVA será registrada através do cumprimento das atividades avaliativas, independentemente da pontuação obtida.

Em caso de reprovação no componente curricular, o estudante terá direito à Recuperação da aprendizagem. A atividade avaliativa de recuperação deverá ser realizada após o encerramento do componente curricular, simultaneamente ao componente curricular posterior. Além disto, será realizado também atividade avaliativa final após o encerramento do módulo, tendo direito o estudante que estiver aprovado em 50% das disciplinas, ao final de cada módulo. Em caso de reprovação na recuperação modular, o estudante poderá ainda recorrer ao Conselho de Classe Final para avaliação.

O Estágio Curricular classifica-se nas modalidades Obrigatório e Não-Obrigatório, conforme determina as diretrizes curriculares e a Lei 11.788/2008 em conformidade com área de ensino e especificações do Projeto Pedagógico do Curso – PPC, para o Curso Técnico em Vendas será adotado o Estágio Curricular Não Obrigatório, sobretudo entende-se que é a oportunidade curricular, proporcionada ao aluno regularmente matriculado e com frequência efetiva em um determinado curso, de realizar atividades pré-profissionais na área de sua formação, e que quando formalizadas, junto à Instituição de Ensino, será acrescida à carga horária regular e obrigatória, dando direito ao aluno receber comprovante de horas de estágio.

11. INFRAESTRUTURA

De acordo com as orientações contidas no CNCT, a instituição ofertante, deverá cumprir um conjunto de exigências que são necessárias ao desenvolvimento curricular

para a formação profissional com vistas a atingir um padrão mínimo de qualidade. O Quadro a seguir apresenta a estrutura física necessária ao funcionamento do Curso Técnico em Vendas, na modalidade a distância.

Quantificação e descrição das instalações necessárias ao funcionamento do curso

QUANTIDADE	ESPAÇO FÍSICO	DESCRIÇÃO
01	Sala de Audiovisual ou Projeções, para cada grupo de 50 cursistas, para as atividades presenciais.	Com 50 carteiras, ar-condicionado, disponibilidade para utilização de computador e projetor multimídia ou televisor, computador, e DVD player.
01	Biblioteca	Com espaço de estudos individual e em grupo e acervo bibliográfico e de multimídia específicos.
01	Laboratório de Informática	Com 25 máquinas, softwares e projetor multimídia e tela de projeção.
Necessárias	Empresas, Cooperativas, Comércios, Hotéis, Fábricas, Fazendas	Espaço destinado para realização das atividades práticas em campo.

12. PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO ADMINISTRATIVO

12.1 Pessoal Docente

FUNÇÃO	FORMAÇÃO / EXPERIÊNCIA
Professor(a) Formador	Equivalente aos conteúdos a serem trabalhados nas disciplinas
Tutor(a) a Distância	Equivalente aos conteúdos a serem trabalhados nas disciplinas
Tutor(a) Presencial	Pedagógica, preferencialmente com experiência em EAD

12.2 Pessoal Técnico Administrativo

FUNÇÃO	FORMAÇÃO / EXPERIÊNCIA
Administrador do AVA	Computação, preferencialmente com experiência em EAD
Coordenador(a) de Curso	Pedagógica, preferencialmente com experiência em EAD
Coordenador(a) de Polo	Pedagógica, preferencialmente com experiência em EAD
Coordenador(a) de Tutoria	Pedagógica, preferencialmente com experiência em EAD
Designer Educacional	Específica para a função
Supervisor(a) Pedagógico	Pedagógica, preferencialmente com experiência em EAD
Supporte do AVA	Computação, preferencialmente com experiência em EAD

12.3 Atribuições do Pessoal Docente e Técnico Administrativo

12.3.1 Coordenação de Curso

Compete à Coordenação de Curso a articulação com os gestores da EAD e dos Polos, com as equipes técnico-pedagógicas e com os discentes, visando o sucesso da formação integral. Suas atribuições são:

- participar de Formação *online*, inicial e contínua, específica para o curso;
- estabelecer diálogo permanente com a equipe técnica administrativa, docentes, tutores e discentes;
- supervisionar atividades no AVA, acessando-o ao menos uma vez por semana;
- responder aos e-mails encaminhados à Coordenação do Curso, com máxima brevidade;
- conhecer o PPC, bem como o material didático e pedagógico do curso;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da Diretoria de Educação a Distância (DEAD) e Coordenação Geral de Ensino a Distância (CGEAD);
- divulgar e cumprir as políticas e diretrizes das legislações educacionais vigentes, bem como as normatizações do IF Baiano, no âmbito do curso;
- acompanhar processos de avaliação, alteração, reformulação curricular,

extinção e reconhecimento do curso;

- participar de Grupo de Trabalho (GT) para alteração do PPC;
- realizar reuniões periódicas com docentes, tutores, equipe pedagógica e CGED, com registro em ata ou gravação, em caso de reuniões *online*, sobre os indicadores de qualidade, efetividade do processo de ensino-aprendizagem, avaliações, planejamento e desenvolvimento do curso;
- zelar pela indissociabilidade entre o Ensino, Pesquisa e Extensão, no âmbito do curso, mantendo o diálogo permanente com as comunidades acadêmica e local;
- acompanhar e subsidiar a realização dos Conselhos de Classes;
- coordenar a organização e operacionalização do Curso;
- apresentar o Plano de Trabalho à DEAD, a fim de viabilizar a sua efetivação;
- realizar reuniões *online* periódicas com discentes, ou aplicar questionários, a fim de diagnosticar demandas acadêmicas e encaminhá-las à CGED;
- em colaboração com a CGED, implementar e acompanhar as ações preventivas a evasão e retenção, visando a permanência e êxito do estudante;
- elaborar o Calendário Acadêmico Específico do Curso, juntamente com a DEAD, observando-se o previsto no Calendário Acadêmico dos Cursos EAD;
- supervisionar o cumprimento do calendário letivo e das cargas horárias dos Componentes Curriculares do curso;
- elaborar o cronograma das atividades acadêmicas, inclusive as aulas/encontros presenciais, submetendo-o à CGED para aprovação e divulgação;
- efetuar levantamento, organizar e encaminhar demanda de vagas de docentes e de tutores para o curso, sugerindo os perfis necessários para a contratação dos mesmos;
- promover atividades socioculturais com fins pedagógicos, sempre que possível;
- fazer circular as informações oficiais e de eventos relativos ao curso, de forma clara e objetiva, entre os interessados;
- articular o planejamento de eventos técnicos, científicos e culturais promovidos pelo curso;

- acompanhar a produção e a utilização de material didático, bem como a utilização deste material no AVA;
- encaminhar à DEAD relatório de infrações disciplinares de professores/tutores, para que se tomem as medidas cabíveis;
- participar das atividades administrativas/pedagógicas;
- cumprir com os prazos das atividades inerentes a sua função.

12.3.2 Coordenação de Polo

Compete à Coordenação de Polo a administração do polo e o apoio na implantação e gestão acadêmica do curso. Suas atribuições são:

- participar de Formação *online*, inicial e contínua, específica para este curso;
- acompanhar atividades no AVA, acessando-o ao menos uma vez por semana;
- responder aos e-mails encaminhados à Coordenação do Polo, com máxima brevidade;
- conhecer o PPC, bem como o material didático e pedagógico do curso;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da DEAD.

Coordenação Geral de Ensino a Distância

- supervisionar a entrega do Registro de notas, frequências e atividades à Secretaria de Registros Acadêmicos (SRA) do *campus* ao qual o Polo estiver vinculado, zelando pelos prazos estabelecidos em calendário;
- coordenar e acompanhar as atividades dos tutores no polo;
- acompanhar e gerenciar a entrega dos materiais didáticos, equipamentos e materiais de expediente no polo;
- encaminhar relatório pedagógico, periódicos, sobre o curso à Coordenação do Curso;
- supervisionar o registro acadêmico dos estudantes matriculados no polo;
- realizar a articulação para o uso das instalações do polo no desenvolvimento

de outras atividades;

- supervisionar e encaminhar as solicitações apresentadas pelos estudantes;
- desenvolver, em conjunto com a Coordenação de Curso e Tutor Presencial, atividades motivacionais visando a permanência e êxito do estudante;
- estabelecer, em conjunto com o Tutor Presencial, horários de atendimento presencial e cumprir com assiduidade e pontualidade;
- encaminhar às instâncias competentes do *campus* ao qual o estudante estiver vinculado, relatório de infrações disciplinares, para que se tomem as medidas cabíveis;
- participar das atividades administrativas/pedagógicas;
- cumprir com os prazos das atividades inerentes a sua função.

12.3.3 Coordenação de Tutoria

A Coordenação de Tutoria tem a função de apoiar a Coordenação de Curso com relação à comunicação com tutores, apoiar a Coordenação de Polo sobre as ações pertinentes ao curso e, interagir com os tutores presenciais e a distância. Suas atribuições são:

- participar de Formação *online*, inicial e contínua, específica para o curso;
- responder aos e-mails encaminhados à Coordenação do Tutoria, com máxima brevidade;
- conhecer o PPC, bem como o material didático e pedagógico do curso;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da DEAD e CGEAD;
- coordenar e acompanhar as ações dos tutores;
- apoiar os tutores no desenvolvimento de suas atividades;
- supervisionar e acompanhar as atividades no AVA, diariamente;
- acompanhar os relatórios de regularidade dos alunos;
- acompanhar os relatórios de desempenho dos alunos nas atividades;
- analisar com os tutores os relatórios das turmas e orientar os encaminhamentos mais adequados;

- supervisionar a aplicação das avaliações;
- dar assistência pedagógica aos tutores;
- supervisionar o desenvolvimento das atividades presenciais;
- receber, da Coordenação dos Polos, a cópia da Folha de Frequência dos tutores, devidamente preenchida e assinada;
- informar, à Coordenação Geral do Programa, as ausências dos tutores.

12.3.4 Supervisão Pedagógica do Curso

Responsável por todo o acompanhamento pedagógico do curso. Suas atribuições são:

- participar de Formação *online*, inicial e contínua, específica para o curso;
- acompanhar as atividades no AVA, acessando-o ao menos uma vez por semana;
- responder aos e-mails encaminhados à Supervisão Pedagógica, com máxima brevidade;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da DEAD, e CGEAD;
- planejar, desenvolver e avaliar novas metodologias de ensino adequadas ao curso;
- contribuir nas atividades de formação da Equipe Executora, a exemplo da produção de tutoriais de orientação;
- adequar e sugerir modificações na metodologia de ensino adotada, bem como conduzir análises e estudos sobre o desempenho do curso;
- sugerir ações necessárias de suporte tecnológico durante o processo de formação;
- desenvolver, em colaboração com o Coordenador de Curso, sistema e metodologia de avaliações;
- desenvolver, em colaboração com a equipe, metodologias para a utilização das TIC;

- acompanhamento das atividades de ensino desenvolvidas no curso;
- participar de GT para o desenvolvimento de metodologias de produção e de uso de Objetos de Aprendizagem;
- elaborar relatórios semestrais sobre as atividades de ensino, na esfera de suas atribuições, para encaminhamento à CGEAD;
- organizar seminários e encontros com os Tutores, e demais membros da equipe, para acompanhamento e avaliação do curso;
- articular-se com o Coordenador de Curso e com o Coordenador de Tutoria.

12.3.5 Designer Educacional

O Designer Educacional tem como função garantir que o material didático tenha uma interface de comunicação adequada ao projeto pedagógico do curso. Suas atribuições são:

- roteirizar material didático;
- adequar linguagem textual e imagética;
- customizar os *templates*;
- desenvolver módulos adicionais (vídeos a serem apresentados em outras plataformas, por exemplo);
- disponibilizar no AVA o material didático e pedagógico, de modo a promover a participação colaborativa;
- assessorar o trabalho de Professores e Tutores;
- promover a formação contínua dos profissionais;
- elaborar textos de orientação;
- elaborar projeto instrucional, descrevendo atividades, estratégias de participação e interação, e cronograma de execução;
- produzir material de apoio pedagógico;
- sugerir mudanças no projeto pedagógico;
- acompanhar a progressão da aprendizagem;
- colaborar no sistema de avaliação, sugerindo instrumentos de avaliação,

valorizando experiências pedagógicas significativas, detectando eventuais problemas educacionais;

- propor soluções para problemas educacionais detectados;
- elaborar, em parceria com a Supervisão Pedagógica, projetos para recuperação de aprendizagem e análise dos resultados das avaliações;
- criar espaços de participação/interação no AVA;
- estimular a participação dos estudantes nas atividades no AVA;
- participar em GT de alteração do PPC;
- levantar necessidades educacionais e sociais, promovendo a reflexão das mudanças sociais, políticas, tecnológicas e culturais;
- assessorar a DEAD quanto às teorias de aprendizagem nesta modalidade de ensino;
- responder aos e-mails encaminhados à Designer Educacional, com máxima brevidade;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da DEAD e CGEAD.

12.3.6 Administrador Técnico do AVA

Responsável pela manutenção de atualizações, instalações de *plugins* e novas funcionalidades no AVA. Suas atribuições são:

- administrar os usuários do AVA;
- responder aos e-mails encaminhados à Designer Educacional, com máxima brevidade;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da DEAD e CGEAD.

12.3.7 Professor Formador

É responsável por planejar e gerenciar todo o processo de desenvolvimento

de aprendizagem da sua disciplina. Suas atribuições são:

- participar de Formação online, inicial e contínua, específica para o curso;
- construir o Plano de Ensino e o Guia Didático do Componente Curricular, respeitando as determinações do PPC. Nestes deverão constar os dados de identificação, a ementa, o conteúdo programático, a metodologia de trabalho, o cronograma de aulas e outras atividades, os critérios e os procedimentos de avaliação, recuperação e referências bibliográficas;
- acompanhar as atividades no AVA, acessando-o ao menos uma vez por semana;
- responder aos e-mails, com máxima brevidade;
- ler, e sempre que necessário contribuir com sugestões e considerações, todo material didático e pedagógico;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da DEAD e CGEAD.

12.3.8 Tutor a Distância

Responsável pela orientação e acompanhamento do desempenho acadêmico dos estudantes no AVA, sendo um facilitador do processo de ensino e aprendizagem. Suas atribuições são:

- participar de Formação *online*, inicial e contínua, específica para o curso;
- orientar e acompanhar as atividades realizadas no AVA;
- entrar em contato com o estudante caso este passe 2 (dois) dias sem acessar o AVA;
- corrigir atividades realizadas no AVA;
- acompanhar todo o processo de ensino e aprendizagem no AVA, e demais plataformas;
- facilitar aos estudantes e aos tutores presenciais a integração e o uso dos diferentes recursos;
- responder aos e-mails, com máxima brevidade;

- ler, e sempre que necessário contribuir com sugestões e considerações, todo material didático e pedagógico;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da DEAD, CGEAD;
- manter diálogo permanente com a Coordenação de Tutoria, para formular plano de ação e análise de resultados;
- coordenar as atividades no AVA;
- prestar informações ao estudante sobre o curso;
- acompanhar e avaliar o processo de ensino aprendizagem.

12.3.9 Tutor Presencial

Responsável pela orientação e acompanhamento do desempenho acadêmico dos estudantes no polo, sendo um facilitador do processo de ensino e aprendizagem. Suas atribuições são:

- participar de Formação *online*, inicial e contínua, específica para o curso;
- assistir aos estudantes nas atividades do curso;
- mediar a comunicação de conteúdos;
- apoiar os professores nas atividades do curso;
- acompanhar as atividades no AVA, acessando-o ao menos uma vez por semana;
- responder aos e-mails, com máxima brevidade;
- ler, e sempre que necessário contribuir com sugestões e considerações, todo material didático e pedagógico;
- cumprir, no prazo e conforme as orientações, as solicitações da DEAD e CGEAD;
- coordenar as atividades presenciais;
- elaborar os relatórios de regularidade dos estudantes;
- estabelecer contato permanente com os estudantes;
- promover a interação entre os estudantes;

- aplicar as avaliações presenciais;
- elaborar os relatórios de desempenho dos estudantes;
- liderar o compartilhamento do conhecimento e o intercâmbio de experiências;
- sugerir outras atividades de exploração do AVA, bem como de outras plataformas;
- respeitar os diferentes ritmos de aprendizagem;
- destacar a importância do estudo independente, ou em grupo, conforme a programação do curso;
- repassar informações.

13. CERTIFICADOS E DIPLOMAS

Após a aprovação e integralização da carga horária total do curso o aluno receberá o diploma de Técnico em Vendas. Será condição essencial para a concessão do diploma ao cursista: comprovação de conclusão do Ensino Médio; obtenção de aproveitamento igual ou superior a 6 (seis); frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco) em todas as componentes curriculares.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Decreto N.^o 5.154, de 23 de julho de 2004. Regulamenta o § 2º do art. 36 e os art. 39 a 41 da Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e dá outras providências. Brasília/DF: 2004.

_____. **Lei n^o 9.394, de 20/12/1996.** Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília/DF: 1996.

_____. **Lei 12.711/2012.** Dispõe sobre o ingresso nas universidades federais e nas instituições federais de ensino técnico de nível médio e dá outras providências. 2012. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12711.htm>. Acesso em 06 junho 2015.

_____. Instituto de Educação Ciência e Tecnologia Baiano. **Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Nível Médio de Secretaria Escolar**, 2015.

_____. **Lei N.^o 9.394, de 20/12/1996.** Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Brasília/DF: 1996.

_____. **Lei N.^o 11.892, de 29/12/2008.** Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e dá outras providências. Brasília/DF: 2008.

_____. **Orientações Gerais.** DASE/SEB/MEC e CEAD/FE/UNB. Brasília, 2005.

_____. **Parecer CEB/CNE N.^o 15/98 e da Resolução CEB/CNE N.^o 03/98.** Trata das Diretrizes Curriculares para o Ensino Médio.

_____. **Parecer CEB/CNE N.^o 01/99 e da Resolução CEB/CNE N.^o 02/99.** Trata das Diretrizes para o Curso Normal de Nível Médio.

_____. **Parecer CEB/CNE N.^o 11/00 e Resolução CEB/CNE N.^o 01/00.** Trata das Diretrizes Curriculares de Jovens e Adultos.

_____. **Parecer CEB/CNE N.^o 36/04 que propõe reformulação da Resolução CEB/CNE, N.^o 01/00.** Trata das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação de Jovens e Adultos.

_____. **Parecer CEB/CNE N.^o 16/99 e da Resolução CEB/CNE N.^o 04/99.** Trata das Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação Profissional de Nível Técnico.

- _____. **Parecer CEB/CNE N.^o 41/02.** Trata das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação a Distância na Educação de Jovens e Adultos e para a etapa da educação básica no Ensino Médio.
- _____. **CEB/CNE a 35/03 e da Resolução CEB/CNE N.^o 01/04.** Trata da organização e realização de estágio de alunos do ensino médio e da educação profissional.
- _____. **Parecer CEB/CNE N.^o 16/05.** Trata das Diretrizes Curriculares Nacionais para a área profissional de Serviços de Apoio Escolar.
- CIAVATTA, Maria; Ramos, Marise (orgs.). **Ensino Médio Integrado: concepções e contradições.** São Paulo: Cortez, 2005.
- CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. **Parecer CNE/CEB N.^o 36/04.** Trata das Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação de Jovens e Adultos. Brasília/DF: 2004.
- _____. **Resolução CNE/CEB N.^o 01/04.** Estabelece Diretrizes Nacionais para a organização e a realização de Estágio de alunos da Educação profissional e do Ensino Médio, inclusive nas modalidades de Educação Especial e educação de Jovens e Adultos. Brasília/DF: 2004.
- _____. **Resolução CNE/CEB N.^o 01/05.** Atualiza as Diretrizes Curriculares Nacionais definidas pelo Conselho Nacional de Educação para o Ensino Médio e para a Educação Profissional Técnica de nível médio às disposições do Decreto N.^o 5.154/04. Brasília/DF: 2005.
- _____. **Parecer CNE/CEB N.^o 39/04.** Trata da aplicação do Decreto N.^o 5.154/04 na Educação Profissional Técnica de Nível Médio e no Ensino Médio. Brasília/DF: 2004.
- _____. **Parecer CNE/CEB N.^o 11/2008.** Trata da proposta de instituição do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos. Brasília/DF: 2008.
- DELORS, J. **Educação:** um tesouro a descobrir. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia:** saberes necessários à prática educativa. 25^a ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- FRIGOTTO, Galdêncio. **A Produtividade da Escola Improdutiva.** São Paulo: Cortez, 1984.
- FRIGOTTO, Gaudêncio; CIAVATTA, Maria; RAMOS, Marise. **Ensino Médio**

integrado: concepções e contradições. São Paulo: Cortez, 2005.

FSF, *Free Software Fundation*. Disponível em: <http://www.fsf.org/licensing/>

GOMEZ, Margarita Victoria. **Cibercultura, formação e atuação docente em rede:** guia para professores. Brasília: Liberlivro, 2010.

GRAMSCI, Antônio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura.** 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira 1979.

INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (IFRN). **Projeto político-pedagógico do IFRN:** uma construção coletiva. Natal/RN: IFRN, 2011.

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ (IFPR). **Projeto político-pedagógico do IFPR:** Técnico em Secretaria Escolar - Subsequente. Curitiba/PR: IFPR, 2012.

INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE (IFS). **Projeto político-pedagógico do IFS:** Técnico em Secretaria Escolar - Subsequente. Aracaju/SE: IFS, 2014.

INSTITUTO FEDERAL DE SUL-RIO-GRANDENSE (Ifsul). **Projeto político-pedagógico do Ifsul:** Técnico em Secretaria Escolar - Subsequente. Ifsul, 2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: editora 34, 1999.

MACHADO, Lucília Regina de Souza. Eixos tecnológicos e mudanças na organização da educação profissional e tecnológica. Linhas Críticas (UNB). v. v. 16, p1-22, 2010.

MEC/SETEC. **Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos.** Disponível em www.mec.gov.br (Acesso em 01/07/2011). Brasília/DF: 2008.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede:** comunicação mediada por computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

VASQUEZ, Adolpho Sanchez. **Filosofia da Práxis.** Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977.

IFRN. **Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Cooperativismo. 2011.** Disponível em <<http://portal.ifrn.edu.br/ensino/cursos/cursos-tecnicos-de-nivel-medio/tecnico-integrado/tecnico-em-cooperativismo>> Acesso em 11 de junho de 2016.

IFSUL DE MINAS. **Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Vendas. 2015.**

MEC/SETEC. **Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos.** Disponível em www.mec.gov.br (Acesso em 16/05/2016). Brasília/DF: 2014.

_____. **Resolução CNE/CEB n. 06/2012.** Define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio.

SECULT, Proposta Pedagógica da Disciplina Economia Solidária. 2010. Disponível em <<http://smec.salvador.ba.gov.br/site/documentos/espaco-virtual/espaco-educar/ensino-fundamental/ensino-fundamental/fundamental-II/documentos/proposta-pedagogica.pdf>> Acesso em 11 de junho de 2016. Salvador/BA