

# **PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO**

## **FORMAÇÃO INICIAL DE VENDEDOR**

Campus Lages  
Reestruturado em: Junho/2014

## Parte 1 (solicitante)

### DADOS DO CAMPUS PROPONENTE

**1. Campus:**

Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Lages.

**2. Endereço/CNPJ/Telefone do Campus:**

Rua Heitor Vila Lobos, 222, Bairro São Francisco, Lages/SC/88506-400.

CNPJ: 11.402.887/0011-32.

Fone: (49)3221-4200

**3. Complemento:**

**4. Departamento/Área:**

Ensino/Informática e Cultura Geral.

**5. Há Parceria com outra instituição?**

Não há.

**6. Razão Social:**

**7. Esfera Administrativa:**

**8. Estado/Município:**

**9. Endereço/Telefone/Site:**

**10. Responsável:**

### DADOS DO RESPONSÁVEL PELO PROJETO DO CURSO:

**11. Nome do Responsável pelo Projeto:**

Liciana Gai Garcia e Nilo Otani.

**12. Contatos:**

Fone: (49) 3221- 4256 / (49) 9901-3275 / e-mail: liciana.garcia@ifsc.edu.br

Fone: (49) 3221- 4247 / (48) 9167-9077 / e-mail: nilo.otani@ifsc.edu.br

## Parte 2 (aprovação do curso)

### DADOS DO CURSO

**13. Nome do curso:**

Formação Inicial de Vendedor.

**14. Eixo tecnológico:**

Gestão e Negócios.

**15. Forma de oferta:**

Formação Inicial.

**16. Modalidade:**

Presencial.

**17. Carga horária total:**

160 horas.

### PERFIL DO CURSO

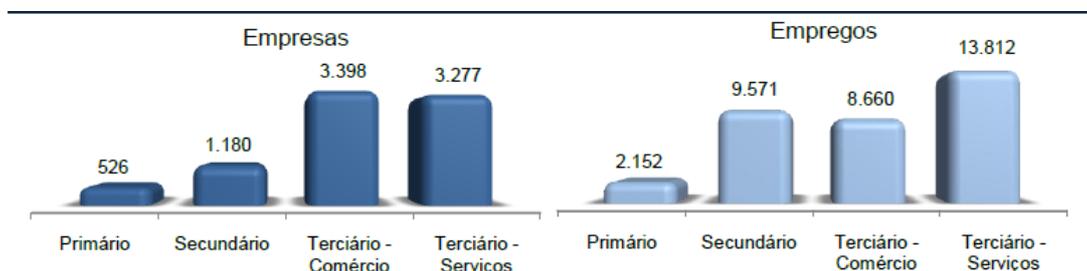
**18. Justificativa do curso:**

Sabe-se que algumas das características da economia capitalista são a livre concorrência e um mercado globalizado, cada vez mais competitivo. Diante disso, as pequenas empresas – de todos os setores econômicos – têm buscado alternativas estratégicas para enfrentar a concorrência dos grandes grupos varejistas nacionais e internacionais que estão em amplo processo de expansão. Políticas de redução de custos, ampliação do *mix* de produtos e serviços, desenvolvimento de marcas próprias e alianças estratégicas são algumas das alternativas que estão sendo adotadas pelos pequenos empresários para enfrentar um cenário cada vez mais competitivo (SIQUEIRA, 2006).

As micro e pequenas empresas são as mais suscetíveis nesse processo. Segundo dados do SEBRAE (2009), das micro e pequenas empresas que iniciam suas atividades, 56,4% não resistem a três anos de atividades, ou seja, mais da metade acabam tendo que optar pela liquidação do negócio. O crescimento das falências de empresas ocorre, em muitos casos, devido à falta dos processos de administração. É fundamental, portanto, que se tenha a elaboração de estratégias consistentes e viáveis para o desenvolvimento de novos empreendimentos.

Uma dessas estratégias refere-se ao atendimento ao público com qualidade. Atendimento corresponde ao ato de atender, ou seja, ao ato de cuidar, de prestar atenção às pessoas que recebemos ou mantemos contato. O atendimento requer de quem pratica muita responsabilidade e um estado de espírito baseado na competência. É preciso criar experiências de relações positivas com seus clientes. Telefonistas, pessoal de serviços e suporte, consultores externos – e todos os outros que têm contato com os clientes – são meios de comunicação. De acordo com Teixeira e Freitas (2004), “todos os profissionais de uma organização voltada ao cliente precisam estar sensibilizados e ter, dentro de sua esfera de ação, autoridade para dar respostas criativas e coerentes com a estratégia traçada”.

No que se refere ao recorte setorial na cidade de Lages, Santa Catarina, o segmento do comércio é o mais representativo em número de empresas. Desde a origem do município, o comércio sempre foi importante para a economia local. Mais de dois séculos se passaram e o setor permanece sólido, ao lado das madeireiras é o que mais emprega na cidade. A representação da configuração setorial do município é detalhada no Gráfico a seguir:



Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do MTE - apoiados na Relação Anual de Informações Sociais.

Figura 1 - Número de empresas e empregos formais de Lages, segundo o setor - 2008

Nos últimos cinco anos, Lages tem mantido uma certa estabilidade na balança entre o número de pessoas admitidas e as demitidas no comércio, mas sempre com um pequeno saldo positivo. Segundo estudo elaborado pelo Sebrae, tomando como referência dezembro de 2008, registra que havia em Lages 8.381 empresas formais as quais geraram 34.195 postos de trabalho com carteira assinada. As figuras a seguir apresentam o número de empresas e empregos em Lages, organizadas segundo seções da CNAE, e o seu respectivo porte, tomando por referência o ano de 2008.

| Seção de Atividade Econômica, segundo classificação CNAE - versão 2.0       | 2008         |              |            |           |           |               | Evol. 2006/08 |
|---|--------------|--------------|------------|-----------|-----------|---------------|---------------|
|   | Total        | ME           | PE         | MDE       | GE        | Partic. (%)   |               |
| Seção A - Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura    | 526          | 500          | 21         | 4         | 1         | 6,3%          | -6,7%         |
| Seção B - Indústrias extrativas   | 15           | 15           | -          | -         | -         | 0,2%          | -6,3%         |
| Seção C - Indústrias de transformação                                       | 832          | 771          | 49         | 10        | 2         | 9,9%          | -3,5%         |
| Seção D - Eletricidade e gás  | 5            | 3            | 1          | 1         | -         | 0,1%          | 0,0%          |
| Seção E - Água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação  | 18           | 17           | 1          | -         | -         | 0,2%          | 80,0%         |
| Seção F - Construção  | 310          | 290          | 18         | 2         | -         | 3,7%          | 7,3%          |
| Seção G - Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas        | 3.398        | 3.169        | 211        | 15        | 3         | 40,5%         | 1,0%          |
| Seção H - Transporte, armazenagem e correio                                 | 492          | 455          | 30         | 3         | 4         | 5,9%          | 2,5%          |
| Seção I - Alojamento e alimentação  | 401          | 357          | 44         | -         | -         | 4,8%          | -8,2%         |
| Seção J - Informação e comunicação  | 157          | 138          | 17         | 1         | 1         | 1,9%          | -5,4%         |
| Seção K - Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados        | 106          | 90           | 15         | 1         | -         | 1,3%          | 19,1%         |
| Seção L - Atividades imobiliárias   | 38           | 38           | -          | -         | -         | 0,5%          | -17,4%        |
| Seção M - Atividades profissionais, científicas e técnicas                  | 297          | 281          | 15         | -         | 1         | 3,5%          | 17,9%         |
| Seção N - Atividades administrativas e serviços complementares              | 530          | 503          | 21         | 4         | 2         | 6,3%          | 11,1%         |
| Seção O - Administração pública, defesa e seguridade social                 | 10           | 6            | 2          | 1         | 1         | 0,1%          | -33,3%        |
| Seção P - Educação  | 94           | 66           | 20         | 5         | 3         | 1,1%          | 11,9%         |
| Seção Q - Saúde humana e serviços sociais                                   | 288          | 272          | 14         | -         | 2         | 3,4%          | 2,5%          |
| Seção R - Artes, cultura, esporte e recreação                               | 133          | 128          | 5          | -         | -         | 1,6%          | 0,8%          |
| Seção S - Outras atividades de serviços                                     | 671          | 646          | 22         | 1         | 2         | 8,0%          | 6,0%          |
| Seção T - Serviços domésticos   | 59           | 59           | -          | -         | -         | 0,7%          | 20,4%         |
| Seção U - Organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais | 1            | 1            | -          | -         | -         | 0,0%          | -50,0%        |
| <b>Total</b>  | <b>8.381</b> | <b>7.805</b> | <b>506</b> | <b>48</b> | <b>22</b> | <b>100,0%</b> | <b>1,6%</b>   |

Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do MTE - apoiados na Relação Anual de Informações Sociais.

Nota: Sinal convencional utilizado:

- Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Figura 2 – Número de empresas e empregos em Lages, 2008.

| Seção de Atividade Econômica, segundo classificação CNAE - versão 2.0       | 2008          |               |               |              |              |               | Evol. 2006/08 |
|---|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
|   | Total         | ME            | PE            | MDE          | GE           | Partic. (%)   |               |
| Seção A - Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura    | 2.152         | 718           | 396           | 266          | 772          | 6,3%          | 11,4%         |
| Seção B - Indústrias extrativas   | 33            | 33            | -             | -            | -            | 0,1%          | -10,8%        |
| Seção C - Indústrias de transformação                                       | 7.542         | 1.818         | 1.933         | 2.412        | 1.379        | 22,1%         | -5,2%         |
| Seção D - Eletricidade e gás  | 274           | 1             | 23            | 250          | -            | 0,8%          | 9033,3%       |
| Seção E - Água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação  | 93            | 37            | 56            | -            | -            | 0,3%          | 121,4%        |
| Seção F - Construção  | 1.629         | 728           | 624           | 277          | -            | 4,8%          | 10,7%         |
| Seção G - Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas        | 8.660         | 3.434         | 3.637         | 932          | 657          | 25,3%         | 13,8%         |
| Seção H - Transporte, armazenagem e correio                                 | 2.414         | 484           | 600           | 203          | 1.127        | 7,1%          | 12,7%         |
| Seção I - Alojamento e alimentação  | 1.404         | 549           | 855           | -            | -            | 4,1%          | 16,3%         |
| Seção J - Informação e comunicação  | 579           | 126           | 284           | 56           | 113          | 1,7%          | -9,1%         |
| Seção K - Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados        | 460           | 102           | 296           | 62           | -            | 1,3%          | -51,5%        |
| Seção L - Atividades imobiliárias   | 24            | 24            | -             | -            | -            | 0,1%          | 14,3%         |
| Seção M - Atividades profissionais, científicas e técnicas                  | 578           | 237           | 214           | -            | 127          | 1,7%          | 29,6%         |
| Seção N - Atividades administrativas e serviços complementares              | 1.458         | 511           | 388           | 322          | 237          | 4,3%          | 3,7%          |
| Seção O - Administração pública, defesa e seguridade social                 | 2.357         | 15            | 40            | 57           | 2.245        | 6,9%          | -12,7%        |
| Seção P - Educação  | 1.852         | 110           | 366           | 418          | 958          | 5,4%          | 16,0%         |
| Seção Q - Saúde humana e serviços sociais                                   | 1.088         | 363           | 236           | -            | 489          | 3,2%          | 0,1%          |
| Seção R - Artes, cultura, esporte e recreação                               | 199           | 96            | 103           | -            | -            | 0,6%          | -6,6%         |
| Seção S - Outras atividades de serviços                                     | 1.350         | 616           | 368           | 76           | 290          | 3,9%          | 3,3%          |
| Seção T - Serviços domésticos   | 49            | 49            | -             | -            | -            | 0,1%          | 2,1%          |
| Seção U - Organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais | -             | -             | -             | -            | -            | 0,0%          | 0%            |
| <b>Total</b>  | <b>34.195</b> | <b>10.051</b> | <b>10.419</b> | <b>5.331</b> | <b>8.394</b> | <b>100,0%</b> | <b>4,2%</b>   |

Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do MTE - apoiados na Relação Anual de Informações Sociais.

Nota: Sinal convencional utilizado:

- Dado numérico igual a zero não resultante de arredondamento.

Figura 3 – Número de empregos gerados em Lages, segundo o porte e participação relativa - 2008

Observada a consolidação do comércio em Lages, a cidade se prepara para uma nova fase no comércio local. A tendência de crescimento do comércio na cidade é grande, prova disso são os projetos de implantação de dois shoppings centers, sendo um com área construída de 79.281,50 m<sup>2</sup> e com aproximadamente 190 operações comerciais e o outro projeto abrigará 130 lojas em 38.171 m<sup>2</sup> de área total.

Dessa forma, a demanda de capital humano torna-se mais intensa com novos projetos para o comércio que consolida o desenvolvimento do turismo local.

Apesar da grande influência do setor de serviços no cotidiano dos clientes, nem sempre estes estão satisfeitos com a qualidade e o valor daquilo que recebem. Normalmente se queixam de falta de cortesia dos funcionários, entregas demoradas e com atraso, horários de atendimento inconvenientes, procedimentos complicados e uma lista de outros problemas. Por outro lado, os fornecedores de serviços frequentemente parecem ter um conjunto bastante diferente de preocupações. Muitos reclamam da dificuldade de obter lucro, encontrar profissionais qualificados e motivados ou contentar os clientes.

Dessa forma, é notória a necessidade de capacitar profissionais que trabalham diretamente com o público em geral a desenvolverem competências que facilitem a excelência no atendimento.

Este projeto se justifica, portanto, pela necessidade premente de capacitação dos profissionais envolvidos diretamente com o público com vistas a desenvolver competências que promovam a excelência no atendimento, qualificando os trabalhadores locais para profissionalização das empresas regionais, possibilitando dessa forma, melhores condições de acesso ao trabalho e geração de renda local, bem como o desenvolvimento socioeconômico regional.

#### **19. Objetivos do curso:**

Objetivo Geral:

Formar e qualificar trabalhadores que atuam com atendimento ao público e vendas em geral visando desenvolver habilidades específicas de apresentação de produtos e serviços da empresa, negociação e argumentação com o cliente, bem como a execução da venda e pós-venda.

Objetivos Específicos:

- Desenvolver habilidades pró-ativas para atendimentos com qualidade respondendo assertivamente aos pedidos e necessidades dos clientes.
- Desenvolver técnicas de comunicação oral e escrita em língua portuguesa para a melhoria do processo de atendimento ao público e venda.

## PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

### 20. Competências gerais:

- Desenvolver um comportamento pró-ativo no ambiente de vendas.
- Comunicar-se eficientemente nas formas oral e escrita.
- Conhecer as características básicas do produto de sua atividade.
- Dominar as técnicas e recursos de vendas e pós-venda.

### 21. Áreas de atuação do egresso:

Vendem mercadorias em estabelecimentos do comércio varejista ou atacadista, auxiliando os clientes na escolha. Registram entrada e saída de mercadorias. Promovem a venda de mercadorias, demonstrando seu funcionamento, oferecendo-as para degustação ou distribuindo amostras das mesmas. Informam sobre suas qualidades e vantagens de aquisição. Expõem mercadorias de forma atrativa, em pontos estratégicos de vendas, com etiquetas de preço. Prestam serviços aos clientes, tais como: troca de mercadorias; abastecimento de veículos; aplicação de injeção e outros serviços correlatos. Fazem inventário de mercadorias para reposição. Elaboram relatórios de vendas, de promoções, de demonstrações e de pesquisa de preços.

## ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO

### 22. Matriz curricular:

| Componentes Curriculares | Carga Horária |
|--------------------------|---------------|
| Vendedor                 | 160 horas     |

### 23. Componentes curriculares:

|  |                         |
|--|-------------------------|
| <b>Unidade curricular:</b><br>Vendedor   | <b>CH:</b><br>160 Horas |
| <b>Professores Responsáveis:</b> Nilo Otani e Liciane Gai Garcia   |                         |
| <b>Competência:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calcular juros e porcentagens corretamente;</li> <li>• Desenvolver um comportamento pró-ativo no ambiente de vendas;</li> <li>• Comunicar-se eficientemente nas formas oral e escrita. Adaptar a linguagem de acordo com o contexto profissional;</li> <li>• Saber as características básicas do produto de sua atividade. Desenvolver a</li> </ul> |                         |

|  |
|--|
| <p>iniciativa para conhecer o produto;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicar-se de forma adequada no ambiente profissional;</li><li>• Dominar as técnicas e recursos de vendas e pós-venda.</li></ul>  |
| <p><b>Habilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Resolver Operações de juros e porcentagens;</li><li>• Usar calculadora;</li><li>• Conhecer as especificidades do produto de sua atividade;</li><li>• Pesquisar informações sobre o produto;</li><li>• Ser proativo na busca de informações sobre o produto;</li><li>• Praticar as técnicas de venda e pós-venda;</li><li>• Comunicar-se eficientemente na norma padrão da língua portuguesa;</li><li>• Adequar a linguagem aos diferentes contextos linguísticos no ambiente profissional;</li><li>• Utilizar a linguagem adequada para as relações interpessoais;</li><li>• Empregar a linguagem na leitura de prescrições.</li><li>• Produzir textos e tabelas usando ferramentas de um processador de textos;</li><li>• Elaborar planilhas de cálculos e gráficos em <i>software</i> de planilhas eletrônicas.</li></ul> |
| <p><b>Atitudes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ser comunicativo;</li><li>• Ter pró-atividade;</li><li>• Saber ouvir;</li><li>• Responsabilidade;</li><li>• Organização;</li><li>• Comprometimento;</li><li>• Trabalho em equipe.</li></ul>  |
| <p><b>Conhecimentos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Taxa Percentual;</li><li>• Elementos do cálculo percentual;</li><li>• Conceito de Juro Composto;</li><li>• Cálculo do Montante;</li><li>• Cálculo do Capital;</li><li>• Taxas Proporcionais</li><li>• Taxas equivalentes;</li><li>• Montante para períodos não inteiros;</li><li>• Taxa nominal;</li><li>• Taxa efetiva;</li><li>• Cálculo de valor atual;</li><li>• Sistema Francês de Amortização;</li><li>• Sistema SAC;</li><li>• Noções de atendimento ao cliente:</li><li>• Imagem da Organização;</li><li>• Instrumentos para atendimento (Endomarketing em Atendimento);</li></ul>  |

|  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualidade no atendimento ( Conceitos e Objetivos);</li> <li>• Técnicas em Vendas; Plano de Vendas;</li> <li>• Vendas no contexto organizacional;</li> <li>• Administração de vendas; comportamento do consumidor;</li> <li>• Comunicação, língua e linguagem;</li> <li>• Contextos linguísticos;</li> <li>• Noções básicas da norma padrão da língua portuguesa;</li> <li>• Relações interpessoais no ambiente profissional;</li> <li>• Processador de Textos;</li> <li>• Planilha de Cálculo.</li> </ul> |   |
| <p><b>Metodologia e Recursos Didáticos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aulas expositivas;</li> <li>• Aulas expositivas e dialogadas.;</li> <li>• Aulas práticas;</li> <li>• Realização de trabalhos em equipe;</li> <li>• Estudos de casos;</li> <li>• Ensaios práticos;</li> <li>• Apresentações orais;</li> <li>• Dinâmicas de grupo;</li> <li>• Realização de trabalhos de pesquisa;</li> <li>• Discussão de textos.</li> </ul>   |   |
| <p><b>Instrumentos Avaliativos:</b></p>  |   |
| <p><b>Prova escrita</b></p>  | <p>Prova escrita individual, com ou sem consulta, contendo questões objetivas e/ou discursivas.</p>   |
| <p><b>Trabalho em grupo e/ou individual</b></p>  | <p>Apresentação oral. Capacidade de estabelecer relações (teoria e prática). Criatividade. Domínio do tema, coerência. Formatação, estrutura do trabalho.</p>   |
| <p><b>Atitudes</b></p>   | <p>Assiduidade, pontualidade e participação nas aulas. Capacidade de trabalho em equipe. Comunicação interpessoal. Disciplina, respeito, organização e proatividade. Responsabilidade no cumprimento das tarefas solicitadas.</p> |
| <p><b>BIBLIOGRAFIA</b></p>   |   |
| <p><b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b></p>  |   |

CRESPO, Antonio Arnot – **Matemática Financeira Fácil**. Editora Saraiva 2009.

FURINI, Isabel. **A arte de falar em público: a oratória em todos os tempos**. São Paulo: IBRASA, 1999.

HAZZAN, Samuel – **Matemática Financeira**. Editora Saraiva 2001.

Material elaborado pelo professor.

TERRA, Ernani e NICOLA José de. **Português: de olho no mundo do trabalho: volume único**. São Paulo: Scipione, 2004.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BEZERRA, Manuel Jairo – **Matemática para o Ensino Médio**. Editora Scipione, 2001.

CAPRON, H. L.; JONHSON, J. A. **Introdução à informática**. 8ª edição, São Paulo: PEARSON EDUCATION, 2004, 350p.

FASCIONI, Ligia. **Atitude profissional: dicas para quem está começando**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2009.

HELLER, Robert. **Como se comunicar bem**. São Paulo: Publifolha, 2000.

KALKMANN, Geraldo Luiz. **Melhoria/Liderança Qualidade no Atendimento**. Itajaí, SC.

KALKMANN, Geraldo Luiz. **Tecnologia de vendas**. Itajaí, SC.

POLITO, Reinaldo. **Vença o medo de falar em público**. São Paulo: Saraiva, 2005.

RODRIGUES, Francisco F. de A. – **Administração Mercadológica**. Senac/DN 1996.

RODRIGUES, Francisco F. de A. – **Noções de atendimento ao cliente**. Senac/DN 1996.

SAMANEZ, Carlos Patrício – **Matemática Financeira: Aplicações à Análise de Investimentos**. Editora Prentice Hall, 2002.

#### **METODOLOGIA E AVALIAÇÃO**

##### **24. Avaliação do processo de ensino e aprendizagem:**

De acordo com a Organização Didática, a avaliação prima pelo caráter diagnóstico e formativo, consistindo em um conjunto de ações que permitam recolher informações, visando à análise da constituição das competências por parte do aluno, previstas no plano de curso. Sendo assim, para fins de avaliação, além da análise criteriosa do desenvolvimento satisfatório da competência e das habilidades trabalhadas ao longo do curso por meio de atividades avaliativas, os alunos serão igualmente avaliados na apresentação das atitudes descritas anteriormente. Os alunos serão avaliados ao longo do processo educativo, com foco no alcance das competências preestabelecidas e por meio de diferentes instrumentos avaliativos.

Para garantir a diversidade à avaliação, ao aluno será assegurado o direito de ser avaliado pelo menos 2 (duas) vezes, por conteúdo, ao longo do curso por meio dos diferentes instrumentos de avaliação. E, em função das características do curso, após cada professor descrever seus conceitos, será atribuído a cada aluno um único conceito final. Ou seja, os professores irão se reunir e chegar a um **conceito final unificado**, para a unidade curricular de Vendedor, decidindo ainda pela Aprovação ou Reprovação do aluno.

A atribuição dos conceitos avaliativos se dará da seguinte maneira:

**Conceito E-** Excelente – Quando se destacar em termos de conhecimentos, habilidades e atitudes.

**Conceito P-** Proficiente – Quando responder satisfatoriamente em termos de conhecimentos, habilidades e atitudes.

**Conceito S-** Suficiente – Quando atender o mínimo em termos de conhecimentos, habilidades e atitudes, o que garante a progressão.

**Conceito I-** Insuficiente – Quando não atender o mínimo em termos de conhecimentos, habilidades e atitudes, o que significa a impossibilidade de progressão.

O conceito final será atribuído e o aluno só será aprovado se atingir o conceito mínimo **S** – Suficiente – para o curso.

Ressalta-se que somente haverá atribuição de conceito avaliativo e, conseqüentemente, possibilidade de certificação, se o aluno apresentar, ao término do curso, frequência presencial igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento).

Para fins de reavaliação, no caso de ser atribuído ao aluno o conceito I – Insuficiente, será lhe assegurado, ao longo do curso, pelo menos 1 (um) instrumento reavaliativo relacionado ao tema no qual o mesmo ficou pendente.

## **25. Metodologia:**

A proposta de formar um Curso de Formação Inicial de Vendedor está pautada numa formação que prima pela interdisciplinaridade, contextualização e reconhecimento de teorias e interpretação a partir de experiências vivenciadas na prática. A execução do curso acontecerá por meio de aulas teóricas expositivas e dialogadas com a utilização de equipamentos multimídia e aulas práticas que permitam a demonstração dos conhecimentos teóricos adquiridos. Sempre se buscará a comunicação entre aluno e professor, e a relação contínua entre teoria-prática, colocando em evidência as experiências práticas dos alunos. As aulas também poderão ser complementadas com exercícios e atividades em grupo para a fixação das competências.

## **ESTRUTURA NECESSÁRIA PARA FUNCIONAMENTO DO CURSO**

### **26. Instalação e ambientes físicos / Equipamentos, utensílios e materiais necessários para o pleno funcionamento do curso:**

| <b>Infraestrutura e Recursos Materiais</b> | <b>Quantidade</b> |
|--|-------------------|
| <b>Sala de Aula</b>                        | 01                |
| <b>Laboratório</b>                         | 01                |
| <b>Secretaria</b>                          | 01                |
| <b>Biblioteca</b>                          | 01                |

### **27. Corpo docente necessário para funcionamento do curso (área de atuação e carga horária):**

| <b>Área</b>             | <b>Número de Docentes envolvidos</b> |
|-------------------------|--------------------------------------|
| Informática             | 01                                   |
| Comunicação e expressão | 01                                   |
| Matemática              | 01                                   |

Ciências Sociais Aplicadas

01

Quadro do Corpo Técnico e Administrativo do IF-SC – Campus Lages.

| <b>Técnicos e Administrativos Envolvidos</b> | <b>Quantidade</b> |
|--|-------------------|
| Assistente em administração                  | 9                 |
| Técnico de Tecnologia de Informação          | 1                 |
| Bibliotecário                                | 2                 |
| Técnico em Assuntos Educacionais             | 2                 |
| Analista de Tecnologia da Informação         | 1                 |
| Administrador                                | 1                 |
| Orientador Educacional                       | 1                 |
| Assistente de Alunos                         | 1                 |
| <b>Total</b>                                 | <b>18</b>         |

### Parte 3 (autorização da oferta)

#### 28. Justificativa para oferta neste Campus:

Em visita a Secretaria de Assistência Social de Lages em agosto de 2012 obteve-se a informação que há grande necessidade de cursos para pessoas com baixa escolaridade e que enfrentam o desemprego.

Então, com a finalidade de profissionalizar essas pessoas, tendo em vista as informações de que o comércio é o setor que mais emprega em Lages há também a possibilidade de integrar as diversas áreas de conhecimento que compõem a área Informática e Cultura Geral, pensou-se em desenvolver esse curso.

#### 29. Itinerário formativo no contexto da oferta/campus:

De acordo com a Lei número 11.892 de dezembro de 2008 que institui a Rede Federal de Educação, Ciência e Tecnologia é um dos objetivos dos Institutos Federais

ministrar cursos de formação inicial e continuada de trabalhadores, objetivando a capacitação, o aperfeiçoamento, a especialização e a atualização de profissionais em todos os níveis de escolaridade, nas áreas de educação profissional e tecnológica.

Visando ampliar a gama de cursos da área Informática e Cultura Geral, bem como aproveitando a diversidade dos profissionais que atuam na instituição, tal curso vai ao encontro dos objetivos da rede federal de ensino além de atender a demanda local.

**30. Frequência da oferta:**

Semestral.

**31. Periodicidade das aulas:**

Três a quatro vezes por semana, depende da época de oferta do curso.

**32. Local das aulas:**

IFSC- Campus Lages.

**33. Previsão de turno de funcionamento, turmas e número de vagas:**

| Semestre letivo | Turno   | Turmas | Vagas | Total de Vagas |
|-----------------|---------|--------|-------|----------------|
| 2014/2          | Noturno | 01     | 30    | 30             |
| 2015/1          | Noturno | 01     | 30    | 30             |
| 2015/2          | Noturno | 01     | 30    | 30             |
| 2016/1          | Noturno | 01     | 30    | 30             |

**34. Público-alvo na cidade/região:**

Pessoas que procuram uma qualificação inicial na área de vendas.

**35. Pré-requisito de acesso ao curso:**

Ensino Fundamental Completo.

**36. Forma de ingresso:**

Sorteio.

**37. Caso a opção escolhida seja análise socioeconômico, deseja acrescentar alguma questão específica ao questionário de análise socioeconômico?**

Não há.

**38 \*Corpo docente que irá atuar no curso:**

| <b>Docente</b>                                    | <b>Área</b>   |
|---|---------------|
| <b>Liciana Gai Garcia</b>                         | Matemática    |
| <b>Luciane Bittencourt G. Batista de Oliveira</b> | Comunicação   |
| <b>Nilo Otani</b>                                 | Administração |
| <b>Felipe Schneider Costa</b>                     | Informática   |

\*Ou docentes das respectivas áreas com carga horária disponível para atuação.