



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA

APROVAÇÃO DO CURSO E AUTORIZAÇÃO DA OFERTA

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO FIC

PROMOTOR DE VENDAS

Parte 1 (solicitante)

DADOS DO CAMPUS PROPONENTE

1 Campus:

Campus Avançado Geraldo Werninghaus

2 Endereço/CNPJ/Telefone do campus:

Rua dos Imigrantes 445.
Bairro Rau – Jaraguá do Sul .
Tel.: 47 3276-9600

3 Complemento: Não há

4 Departamento: Departamento de Ensino, Pesquisa e Extensão.

5 Há parceria com outra Instituição? Não há.

6 Razão social: Não há parceria com outra instituição.

7 Esfera administrativa: Não há parceria com outra instituição.

8 Estado / Município: Não há parceria com outra instituição.

9 Endereço / Telefone / Site: Não há parceria com outra instituição.

10 Responsável: Não há parceria com outra instituição.

DADOS DO RESPONSÁVEL PELO PROJETO DO CURSO

11 Nome do responsável pelo projeto:

Carlos Roberto Alexandre
Gerson Ulbricht

12 Contatos:

Tel.: 47 99735985
47 9194-0547

E-mail: carlos@ifsc.edu.br
gerson.ulbricht@ifsc.edu.br

Parte 2 (aprovação do curso)

DADOS DO CURSO

13 Nome do curso:

Curso FIC em Promotor de Vendas.

14 Eixo tecnológico:

Gestão e Negócios

15 Forma de oferta:

Formação Inicial e Continuada.

16 Modalidade:

Presencial

17 Carga horária total:

160 horas

PERFIL DO CURSO

18 Justificativa do curso:

Na região de Jaraguá do Sul há um grande número de empresas, setores de serviços e comércio que buscam mão de obra qualificada.

Um dos requisitos geralmente solicitados aos candidatos a vagas de emprego na área referente a este projeto, é a boa capacidade de comunicação, bom relacionamento, conhecimentos básicos em vendas, fundamentos matemáticos elaboração de relatórios de vendas, principalmente no que se refere a matemática financeira e noções de estatística para pesquisa de preços bem como conhecimentos em informática.

A realização do curso de promotor de vendas, oportunizará aos alunos conhecer ferramentas que possam lhe permitir o ingresso no mercado de trabalho ou ainda a sua atualização nesse ramo, facilitando a compreensão de técnicas de vendas, planos e postura adotadas no mercado de forma a gerar novas oportunidades e assim contribuir qualitativamente para o desenvolvimento da região.

19 Objetivos do curso:

Objetivo Geral: Promover a formação do aluno no que se refere a atividades ligadas a promoção de vendas no mercado contribuindo para sua formação e crescimento profissional.

Objetivos Específicos:

- Conhecimento das principais ferramentas e formas de promoção de vendas;
- Fornecer subsídios para a melhoria da comunicação interpessoal no que se refere ao trabalho nos postos de vendas;
- Informar as características dos produtos e exposição de mercadorias;

- Organizar equipes de trabalhos e impulsionar as vendas;
- Conhecer técnicas de exposição dos produtos, percepção visual, composição de espaço, iluminação, cor;
- Investir em marketing pessoal;
- Desenvolver uma comunicação elegante, assertiva e inspiradora;
- Conhecer estratégias para surpreender, encantar e fidelizar clientes;
- Capacitar o aluno para reconhecer e interpretar gráficos, tabelas e procedimentos estatísticos descritivos fundamentais bem como demonstrar fontes confiáveis de dados;
- Trabalhar fundamentos matemáticos voltados a cálculos financeiros elaboração de relatórios de vendas, promoções, demonstrações e pesquisas de preços;
- Trabalhar o uso de funções fundamentais de calculadora científica e financeira;
- Estudar aplicativos computacionais voltados ao trabalho: editor de texto, editor de slides e planilhas de cálculo;
- Demonstrar ferramentas disponíveis na internet no que se refere a pesquisa de produtos e serviços da concorrência;
- Demonstrar ferramentas computacionais que possam ser aplicadas nas atividades profissionais do aluno e dessa forma contribuir para sua formação pessoal;
- Trabalhar questões voltadas à ética e relações interpessoais;
- Contribuir para a inclusão digital e social dos alunos;

PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

20 Competências gerais:

Os egressos do curso obterão as seguintes competências:

- Conhecer os fundamentos de promoção de vendas;
- Conhecer formas de comunicação oral e escrita para impulsionar as ações de vendas;
- Aprender noções de matemática financeira e estatística aplicada a vendas;
- Trabalhar com aplicativos básicos: editor de textos, planilha eletrônica e criação de slides;
- Acessar a internet de modo produtivo bem como servidor de e-mails;
- Zelar pela ética no trabalho.

21 Áreas de atuação do egresso:

O egresso poderá atuar como promotor de vendas em empresas, comércio e outros.

ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO

22 Matriz curricular:

Unidade Curricular	C/h
Fundamentos da Promoção de Vendas	40h
Estratégias de Negociação e Vendas	40h
Matemática Comercial e Financeira	30h
Informática Aplicada a Vendas	30h
Planejamento de Marketing	20h
Total	160h

23 Componentes curriculares:

Fundamentos da Promoção de Vendas:

Competência Geral: Planejamento de vendas: conhecer o produto, analisar o mercado consumidor, fatores que influenciam no comportamento do consumidor, o processo de decisão de compra do consumidor, definir metas e objetivos, organização de equipes de trabalhos, impulsionar as ações de vendas, pesquisa de produtos e serviços da concorrência.

Habilidades:

- ▲ Conhecer bem os produtos e serviços da empresa;
- ▲ Dominar o processo de venda e fatores influentes;
- ▲ Análise de desempenho das vendas;
- ▲ Estabelecer estratégias de vendas;
- ▲ Funções Administrativas: planejar, organizar, dirigir/coordenar, controlar as atividades de vendas;
- ▲ Gestão de pessoas;
- ▲ Noções de Logística.

Bibliografia:

- ▲ Fundamentos de Administração. Maximiliano, Antonio Cesar Amaru. Editora Atlas. Ano 2007. São Paulo
- ▲ CASTRO, Luciano Thomé e; NEVES, Marcos Fava. Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2008.
- ▲ COBRA, Marcos. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2009.
- ▲ LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2009.

Estratégias de Negociações e Vendas:

Competência Geral: Introdução ao estudo de negociações. A estrutura da negociação. Estratégia de negociação. Técnicas de vendas. Aplicar técnicas básicas de apresentação.

Habilidades:

- ▲ habilidades, atitudes e características do promotor de vendas;
- ▲ Planejamento, abordagem ao cliente;
- ▲ Análise e compreensão de conflitos;
- ▲ Comunicação institucional e mercadológica;
- ▲ Técnicas básicas para apresentação oral;
- ▲ Linguagem formal e variações linguísticas.

Bibliografia:

- ▲ DALLEDONNE, Jorge. **Negociação**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.
- ▲ ERTEL, Danny; GORDON, Mark. **Negociação**. São Paulo: Makron Books, 2009.
- ▲ BUBRIDGE, R. Marc et al. **Gestão de negociação**: como conseguir o que se quer sem ceder o que não se deve. São Paulo: Saraiva, 2007.
- ▲ COBRA, Marcos. **Administração de vendas**. São Paulo: Atlas. 2005.
- ▲ DUZERT, Yann; LEMPEREUR, Alain P.; COLSON, Aurelien. Método de negociação. São Paulo: Atlas, 2009.

Matemática Comercial e Financeira:

Competência Geral: Proporcionar o conhecimento de técnicas matemáticas aplicadas ao trabalho de de promoção de vendas principalmente em matemática financeira e análise de dados.

Habilidades:

- Porcentagens, regra de três, regra da sociedade, juros simples e compostos;
- Noções de planos de amortização PRICE e SAC;
- Noções gerais de estatística: medidas de tendência central e de dispersão;
- Matemática aplicada à economia: modelos de análise e previsão: média móvel e noções de regressão linear simples e quadrática através de planilhas de cálculo;
- Resolução de exercícios com auxílio de planilha eletrônica;
- Utilização básica de calculadora científica e financeira (HP 12C).

Bibliografia:

- CRESPO, Antônio Arnot. "Estatística Fácil". Editora Saraiva.
- CRESPO, Antônio Arnot. "Matemática Comercial e Financeira". Editora Saraiva.
- Dante, Luis Roberto. **Matemática, Contexto e Aplicações**. Volume único. São Paulo, Ática, 2004

Informática Aplicada a Vendas:

Competência Geral: Promover a interação do usuário com os *softwares* de Edição de Texto, de Planilha Eletrônica, de Navegação Internet e de apresentações de Slides, analisando e explorando sua funcionalidade e direcionando-as às atividades profissionais.

Habilidades:

- Conhecer o software editor de texto para redigir textos, tabelas, memorandos,
- transferir conteúdos da internet e redigir relatórios;
- Conhecer o software de planilha eletrônica para criar planilhas e gráficos;
- Conhecer o software de navegação internet, para acessar, procurar, transferir conteúdos e abrir e emitir e-mails;
- Conhecer o software de apresentações.

Bibliografia:

- Tutorial de BrOffice. Disponível em: www.broffice.br
- SYBEX / CRUMLISH, Christian. *O DICIONÁRIO DA INTERNET - Um Guia indispensável para o internauta*. Editora Campus.

Planejamento de Marketing:

Competência Geral: Principais Conceitos de Marketing. Segmentação de Mercado. Análise do Mercado Consumidor. Processo de decisão de compra do consumidor. Ciclo de vida de produtos e estrutura de mercado. Organização, processo e aplicações da pesquisa de marketing. Merchandising. Técnicas para exposição de produtos.

Habilidades:

- ▲ Conceitos de marketing estratégico;
- ▲ habilidades de relacionamento com os clientes;
- ▲ Estratégia de comunicação publicitária;
- ▲ Planejamento, realização e avaliação de eventos.

Bibliografia:

AMBRÓSIO, Vicente. **Plano de marketing**: Um roteiro para a ação. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

GRACIOSO, Francisco. **Marketing Estratégico**. São Paulo: Atlas, 6º Ed. 2009.

ZENONE, Luiz Cláudio. **Marketing Estratégico e Competitividade Empresarial**. São Paulo: Novatec, 2007.

METODOLOGIA E AVALIAÇÃO

24 Avaliação do processo de ensino e aprendizagem:

O desenvolvimento das competências será avaliado através de atividades teóricas e práticas, tanto individuais quanto coletivas.

Para os alunos que apresentarem dificuldades de aprendizagem, será desenvolvido exercícios específicos voltados à dificuldade apresentada. Exercícios teóricos e práticos.

Para os alunos que apresentarem habilidades suficientes para as atividades propostas, serão desenvolvidas atividades pedagógicas que contemplem maior percepção, aumentando a compreensão acerca do assunto.

O desempenho dos estudantes será avaliado por sua participação, interesse e demonstração de aprendizagem ao longo do desenvolvimento das atividades. Exige-se para aprovação uma frequência mínima de 75% nas aulas.

25 Metodologia:

Através da exemplificação e da discussão de situações reais é que as competências serão desenvolvidas.

As aulas ocorrerão em sala de aula e laboratório de informática com utilização de um computador para cada aluno. Os conteúdos bem como os exercícios de fixação serão desenvolvidos pelos professores em conjunto com a turma.

ESTRUTURA NECESSÁRIA PARA FUNCIONAMENTO DO CURSO

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

Para o desenvolvimento do curso será necessário a utilização dos seguintes espaços existentes no campus:

- 1 Laboratório de Informática;

- 1 Sala de aula comum;
 - Biblioteca.
- O campus possui estes recursos.

27 Corpo docente necessário para funcionamento do curso (área de atuação e carga horaria):

Unidade Curricular	C/h	Professor(a)
Fundamentos da Promoção de Vendas	40h	Carlos Roberto Alexandre
Estratégias de Negociação e Vendas	40h	Carlos Roberto Alexandre
Matemática Comercial e Financeira	30h	Gerson Ulbricht
Informática Aplicada a Vendas	30h	Gerson Ulbricht
Planejamento de Marketing	20h	Carlos Roberto Alexandre
Total	160h	-

Os professores acima citados são lotados no Campus Avançado Geraldo Werninghaus.

Parte 3 (autorização da oferta)

28 Justificativa para oferta neste Campus:

O Campus Avançado Geraldo Werninghaus está localizado em Jaraguá do Sul e os municípios que circundam a cidade fazem parte de uma região altamente industrializada sendo referência mundial em termos de produção além de possuir comércio bem desenvolvido.

O curso de promotor de vendas possibilitará a inserção no mercado de trabalho bem como contribuirá com melhoria na qualificação da mão de obra existente.

29 Itinerário formativo no contexto da oferta/campus:

O campus avançado Geraldo Werninghaus possui 1 curso FIC neste eixo de formação, além disso, possui professores capacitados para oferta do curso, bem como

laboratórios, bibliografias e demais espaços disponíveis.

30 Frequência da oferta:

A oferta do curso será conforme demanda da região.

31 Periodicidade das aulas:

Os encontros serão semanais, quatro vezes por semana.

32 Local das aulas:

Campus Avançado Geraldo Werninghaus.
Rua dos Imigrantes 445
Bairro Rau
Jaraguá do Sul

33 Turno de funcionamento, turmas e número de vagas:

Semestre letivo	Turno	Turmas	Vagas	Total de vagas
2013/01	Matutino	1	25	25
2013/02	Matutino	1	25	25
2014/01	Matutino	1	25	25
2014/02	Matutino	1	25	25
2015/01	Matutino	1	25	25
2015/02	Matutino	1	25	25

34 Público-alvo na cidade/região:

O curso é destinado aos interessados em atuar em atividades de promoção de vendas bem como no atendimento ao público.

35 Pré-requisito de acesso ao curso:

Para participar do curso é necessário que o candidato possua no mínimo o Ensino Fundamental II incompleto.

36 Forma de ingresso:

O ingresso se dará por meio de indicação dos pactuantes.

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

Nada consta.

38 Corpo docente que irá atuar no curso:

Carlos Roberto Alexandre
Gerson Ulbricht