



Aprovação do curso e Autorização da oferta

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO FIC PRONATEC EJA de PROMOTOR DE VENDAS

Parte 1

DADOS DO CAMPUS PROPONENTE

1 Campus:

Câmpus Joinville

2 Endereço/CNPJ/Telefone do campus:

Rua Pavão 1337 – Bairro Costa e Silva CEP 89.220-200 Joinville SC

CNPJ: 81.531.428.000.162

(47) 3431-5606

3 Complemento:

4 Departamento:

DEPE

5 Há parceria com outra Instituição?

Secretaria de Educação Municipal de Joinville

6 Razão social:

7 Esfera administrativa:

Municipal

8 Estado / Município:

Santa Catarina/ Joinville

9 Endereço / Telefone / Site:

Rua Itajaí, 390 – Centro – 89.201-090 – Joinville/SC

Fone: (47) 3431-3000/3431-3038 Fax: (47) 3431-3032 – www.joinville.sc.gov.br

10 Responsável:

Josiane Goes

DADOS DO RESPONSÁVEL PELO PROJETO DO CURSO

11 Nome do responsável pelo projeto:

Luciana Maciel de Souza – IFSC

Josiane Goes - SEMJ

12 Contatos:

(47) 3431-5606

(47) 9643-7578

E-mail: lucianamaciel@ifsc.edu.br

Parte 2 (aprovação do curso)

DADOS DO CURSO

13 Nome do curso:

PROMOTOR DE VENDAS

14 Eixo tecnológico:

Gestão e Negócios

15 Forma de oferta:

PRONATEC/ Formação Inicial e Continuada

16 Modalidade:

Presencial

17 Carga horária total:

200 horas

PERFIL DO CURSO

18 Justificativa do curso:

Joinville é o município mais populoso do estado de Santa Catarina e possui um grande número de empresas, setores de serviços e comércio que buscam mão de obra qualificada.

Requisitos geralmente solicitados aos candidatos a vagas de emprego na área referente a este projeto, é o bom relacionamento, capacidade de comunicação, conhecimentos básicos em vendas, conhecimentos em informática, fundamentos matemáticos, elaboração de relatórios de vendas, principalmente no que se refere a

matemática financeira e noções de estatística para pesquisa de preços.

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 mundo de trabalho 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	40h
Informática Aplicada a Vendas	40h
Planejamento de Marketing	40h
Total	200h

Formação Geral (Carga horária)			Formação Profissionalizante (Carga horária)
Língua Portuguesa (260h)	Inglês (70h)	Artes (70h)	Fundamentos da Promoção de Vendas (40h)

Matemática (220h)	Ciências (180h)	Estratégias de Negociação e Vendas (40h)
		Matemática Comercial e Financeira (40h)
História (200h)	Geografia (200h)	Informática Aplicada a Vendas (40h)
		Planejamento de Marketing (40h)

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. Maximiniano, 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.
- Paulo: Atlas, 2009.

Matemática Comercial e Financeira:

Competência Geral: Proporcionar o conhecimento de técnicas matemáticas aplicadas ao trabalho 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 / CRUMMLISH, 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.

Língua Portuguesa:

Conhecimento Geral: Linguagem e Cultura; Práticas descritas; Coerência e Coesão; Gêneros e Tipos Textuais; Gramática e Ortografia.

Habilidades:

Espera-se que o aluno amplie o domínio do discurso nas diversas situações comunicativas, sobretudo nas instâncias de uso da linguagem, de modo a possibilitar sua inserção efetiva no mundo da escrita, ampliando suas possibilidades de participação social no exercício da cidadania.

Bibliografia:

MUSSALIM, Fernanda. Linguagem Prática e Escrita Volume 1, Educação de Jovens e Adultos, Global editora, Ação Educativa 2004.

- BENTES, Anna; Christina. Linguagem Práticas de Leitura e Escrita Volume 2, Educação de Jovens e Adultos, Global editora, Ação Educativa 2004.
- KOCH I. V; TRAVAGLIA, L. C. Texto e coerência. São Paulo, 1989.
- PROGRAMA GESTÃO DA APRENDIZAGEM ESCOLAR, Língua Portuguesa. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Básica, 2008.

Inglês:

Conhecimento Geral: Introdução ao vocabulário de inglês; Sons do alfabeto em inglês; Funções de Língua (diálogos): Apresentações, cumprimentos, despedidas e nacionalidade; Verbo To Be, Pronomes Pessoais.

Funções da Língua: Família, Características Físicas, Dias da Semana, Meses do ano, Animais, Pronomes Possessivos; Demonstrativos; Situações de Compra e Vendas.

Habilidades:

A partir da concepção de “Língua” (materna ou estrangeira) que defende a “Linguagem”, como forma de “Interação”, a meta é ensinar o idioma inglês aos educandos de maneira significativa e contextualizada (abordagem comunicativa “communicative approach”). Visa-se desenvolver habilidades e competências através de atividades lúdicas, multidisciplinares e temas transversais que estimulem a observação da realidade imediata, a ação, a memória, o raciocínio, a associação de ideias e a oralidade bem como, iniciar o aluno no aprendizado da forma escrita de gramática contextualizada.

Bibliografia:

- BRASIL. Secretaria de Educação fundamental. Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua estrangeira/Secretaria de Educação Fundamental. – Brasília: MEC/SEF, 1998.
- SMIT, John Lee. Técnicas para o ensino da língua inglesa. Santos & Costa, 1999.
- TOTIS. Verônica Pakrauskas. Língua Inglesa: Leitura. São Paulo: Pontes, 1991.
- WIDDOWSON, H. G. O ensino de línguas para a comunicação. Campinas – SP: Pontes, 1991
- ZABALA, Antoni. A prática educativa: como ensinar. Trad. Ernani F. da F. rosa – Porto Alegre: ArtMed, 1998.

Artes:

Conhecimento Geral: História da arte e seu objetivo. Conceito de arte. Pré-história da Arte no Brasil. Sambaqui, Sítios Arqueológicos em Joinville. Elementos que compõe a obra de arte (cor, luz, forma, textura, linhas). Renascimento. Arte Indígena. A Arte no século XIX: Impressionismo, Modernismo, Semana da Arte Moderna. Manifesto Antropofágico. Arte Primitiva. Expressionismo. Cubismo. Surrealismo. Pop Arte. Arte contemporânea em Joinville e em Santa Catarina. Conceito de Folclore. Folclore Brasileiro. Artesanato. Dança e Ritmos. Crendices e Superstições. Ditados Populares. Mitos e Lendas. História da Música. Divisão dos instrumentos musicais. Música Popular Brasileira. Batuque, lundu e modinha. Chorinho. A origem do Samba. A música nos anos 60. Anos 60 no Brasil. Bossa Nova. Jovem Guarda. Música Sertaneja. Pop Rock Nacional. Dança. A Dança em Joinville e em Santa Catarina. Festivalde Dança de Joinville.

Habilidades:

A partir da concepção de Arte como área de conhecimento e não somente como Educação Artística, a meta é abordar o ensino da mesma partindo de três vertentes: A História da Arte, o Fazer Artístico e a Leitura de Imagem como forma de interação. Visa-se desenvolver habilidades e competências através de atividades lúdicas, multidisciplinares e temas transversais que estimulem à observação da realidade imediata, a ação, a memória e o desenvolvimento da criatividade e da sensibilidade.

Bibliografia:

- ANDRADE, Mário d. BANDEIRA, Manoel. CARLOS, Drumond. Fotobiografias. Rio de Janeiro: Alumbramento, 2000.
- BRASIL. Secretaria de Educação fundamental. Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua estrangeira/Secretaria de Educação Fundamental. – Brasília: MEC/SEF, 1998.
- CANTON, Kátia. Era uma vez o cinema. São Paulo. Melhoramentos, 1995.
- COLL, César. TEBEROSKY, Ana. Aprendendo Arte: conteúdos essenciais para o Ensino Fundamental. São Paulo: Ática, 2000.
- ELLMERICH, Luis. História da Dança. Cia Nacional: São Paulo: Ática, 1996.
- GOMBRICH, E. H. A História da Arte. São Paulo: Ática, 1999.

Matemática:

Conhecimento Geral: Sistema de Numeração Decimal; Frações; Medidas; Áreas; Volumes; Números Inteiros; Números Racionais; Equação do Primeiro Grau; Razão e Proporção; Porcentagens; Números Reais; Polinômios; Equação do Segundo Grau; Geometria; Noções Elementares de Estatística.

Habilidades:

Potencializar as capacidades, ampliando as possibilidades de compreender e transformar a realidade de construir o seu próprio conhecimento matemático, reconhecendo problemas, buscando informações, tomando decisões e avaliando a eficácia das suas resoluções; interligar o estudo da matemática com o seu cotidiano percebendo a presença da matemática em tudo que faz; fazer observações sistemáticas de aspectos quantitativos e qualitativos do ponto de vista do conhecimento e estabelecer o maior número possível de relações entre eles, utilizando para isso o conhecimento matemático (aritmético, geométrico, algébrico, estatístico); resolver situações problemas, sabendo validar estratégias e resultados, desenvolvendo formas de raciocínio e processos, como dedução, indução, intuição, analogia, estimativa e utilizando conceitos e procedimentos.

Bibliografia:

- MEIRELLES, Helena Henry. Matemática e Fatos do Cotidiano. Volume 1. São Paulo: Global Editora, 2005.
- BIGODE, Antônio José Lopes. Matemática Hoje é Feita Assim. São Paulo, FTD, 2000.

·CASTRUCCI, Giovanni, JUNIOR, Giovanni. A Conquista da Matemática Nova. São Paulo: FTD, 1998.

Ciências:

Conhecimento Geral: Matéria; Energia; Cadeia Alimentar; Relação dos Seres Vivos; Níveis de Organização dos Seres Vivos; Habitat e Nicho Ecológico; Água; Reinos; Animais; Educação Ambiental; Alimentos e Nutrientes; Sistemas; Educação Sexual; Matéria e Energia; Átomo; Tabela Periódica; Funções Químicas; Introdução a Física, Campos da Física.

Habilidades:

Fazer observações para desenvolver a capacidade de questionar processos naturais, identificando regularidades, apresentando interpretações e prevendo evoluções; reconhecer o sentido histórico da ciência da natureza, percebendo seu papel na vida humana em diferentes épocas e na capacidade humana de transformar o meio; entender o impacto das tecnologias associadas às ciências da natureza, na sua vida pessoal, nos processos de produção, no desenvolvimento do conhecimento e na vida social; pautar-se por princípios da ética democrática: responsabilidade social e ambiental, dignidade humana, direito à vida, justiça, respeito mútuo, participação e responsabilidade.

Bibliografia:

- VALADÃO, Marina Marcos. Saúde e Qualidade de Vida. São Paulo: Global Editorar, 2005.
- LOPES, Sônia. Biologia Essencial. São Paulo: Saraiva, 2003.
- LOPES, Plínio Carvalho. O Ecossistema, Ambiente Biológico. São Paulo: Saraiva, 1992.
- MARRTHO, Gilberto. Pequenos Seres Vivos. São Paulo. Ática, 1998.

Geografia:

Conhecimento Geral: Origem da Geografia; Espaço geográfico – Tempo; Paisagem; Astronomia; Localização; Cartografia; Estrutura da Terra; Atmosfera;

Hidrografia; Climas e vegetação; População; Divisão política do Brasil; Divisão política; Europa; Ásia; África; Oceania.

Habilidades:

Conhecer o espaço geográfico no qual está inserido; Compreender e aplicar no cotidiano os conhecimentos básicos da geografia; Conhecer e interpretar os fenômenos espaciais, suas singularidades ou generalidades de cada lugar, paisagem ou território; identificar, analisar e avaliar o impacto das transformações naturais, sociais e políticas no mundo.

Bibliografia:

- Projeto Araribá: Geografia/ Obra coletiva, Editora Moderna, São Paulo, 2006.
- VESENTINI, J. Willian; VLACH, Vânia. Educação de Jovens e Adultos. EJA. Geografia 3º Ciclo-Ensino Fundamental. Editora Ática, São Paulo, 2003.

História:

Conhecimento Geral: As origens da humanidade; Os povos indígenas Brasileiros; A colonização do Brasil; História da África; As tensões na colônia; O Brasil é uma Nação; A migração europeia; A República no Brasil; O poder das Oligarquias; As cidades e as fábricas; As oligarquias Contestadas; A ditadura civil no Brasil; Reflexos da Guerra Fria no Brasil; A Nova República; O mundo Globalizado.

Habilidades:

Compreender a importância do estudo da História na formação do senso crítico dos indivíduos que a compõem para entender as transformações ocorridas ao longo do tempo.

Bibliografia:

- BEITUTTI, Flávio. História, Tempo e Espaço, Editora, Saraiva, São Paulo,

2002.

- MOTA, Carlos Guilherme; LOPES, Adriana. História e Civilização – O Brasil Colonial. Editora Ática, São Paulo, 1990.
- KLOK, Glória. Trabalhadores em movimento: desafios e perspectivas- São Paulo: Global: Ação Educativa Assessoria, Pesquisa e Informação, 2003, (Coleção Viver, Aprender)

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 para a 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.

Parte 3 (autorização da oferta)

27 Itinerário formativo no contexto da oferta/campus:

Na cidade de Joinville, região nordeste de Santa Catarina, está localizado o Câmpus Joinville e os municípios que circundam a cidade fazem parte de uma localidade 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.

O Câmpus Joinville, possui o Curso Superior em gestão hospitalar. Por essa razão possui equipe de professores da área de Administração e Planejamento de Marketing preparados para trabalhar esse eixo. O câmpus dispõe também de acervo bibliográfico e ambiente para estudo e pesquisa.

28 Frequência da oferta:

Semestre letivo	Turno	Turmas	Vagas	Total de vagas
2014-02	Noturno	1	34	100
2014-02	Noturno	1	33	
2014-02	Noturno	1	33	

29 Periodicidade das aulas:

Os encontros serão semanais, cinco vezes por semana.

30 Local das aulas:

Campus Escolas municipais com a oferta de EJA. – Pronatec Eja

31 Turno de funcionamento, turmas e número de vagas:

Semestre letivo	Turno	Turmas	Vagas	Total de vagas
-----------------	-------	--------	-------	----------------

2014-02	Noturno	1	34	100
2014-02	Noturno	1	33	
2014-02	Noturno	1	33	

32 Público-alvo na cidade/região:

Este curso atenderá o Público previsto na Lei 12 513/2011 e demais regulamentações estabelecidas pelo Ministério da Educação para o PRONATEC.

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

33 Pré-requisito de acesso ao curso:

Para participar do curso é necessário que a pessoa com Ensino Fundamental Incompleto.

34 Forma de ingresso:

O ingresso se dará por meio de indicação dos pactuantes.

35 Corpo docente que irá atuar no curso:

Os profissionais serão selecionados através de edital público.