

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO - PPC

CURSO DE GRADUAÇÃO EM
GESTÃO COMERCIAL - TECNÓLOGO

2023

FACULDADES INTEGRADAS DE TAQUARA - FACCAT



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO - PPC

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO - PPC

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

TAQUARA, outubro, 2022.

Sumário:

1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	5
1.1 Nome completo do curso	5
1.2 Carga horária total	5
1.3 Prazo mínimo e máximo para integralização	5
1.4 Embasamento legal interno e externo	6
1.5 Número de vagas	10
1.6 Atos de regularização	10
1.7 Turno de funcionamento	10
1.8 Diplomação conferida ao final do curso	11
1.9 Certificados de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico	11
a) Assistente Administrativo de Vendas e,	11
2 JUSTIFICATIVA	11
2.1. No caso de Alteração ou Atualização Curricular	14
2.1.1 Indicação das alterações, com justificativas (de forma objetiva)	14
2.1.2 Determinação legal	15
2.1.3 Necessidades institucionais	16
2.2 Elaboração	17
2.2.1 Mencionar a análise das demandas regionais	17
3 CONCEPÇÃO DO CURSO	19
4 OBJETIVOS DO CURSO	21
4.1 Objetivo geral	22
4.2 Objetivos específicos	22
5 PERFIL DO EGRESSO	23
5.1 Competências - Transversais e Profissionais	23
6 PROPOSTA METODOLÓGICA DO CURSO	28
6.1 Modalidades de Ensino	30
6.2 Modelos de Aplicação	31
6.2.1 Modelo de Ensino Presencial	31
6.2.2 Modelo de Ensino Híbrido	32
6.3 Articulação com a Extensão e Pós-Graduação	37
6.4 Atendimento às Pessoas com Deficiências e Acessibilidade	38
7 ESTRUTURA CURRICULAR	40
7.2 Detalhamentos dos Componentes Curriculares	43
7.3 Quadro Demonstrativo da Coerência entre as Competências e a Matriz Curricular	45
7.4 Processo Avaliativo dos Componentes Curriculares	46
7.5 Atividades Complementares	47
7.6 Estágio	50
7.7 Trabalho de Conclusão de Curso	51

7.8 Temas transversais	58
7.9 Curricularização da Extensão	61
7.6.1 Estágio Obrigatório	64
7.6.2 Estágio Não-Obrigatório	64
7.10 Flexibilização	65
7.8.1 Quadro de identificação dos componentes que contemplam os requisitos legais e normativos	66
7.13 Quadro de Certificações Intermediárias	84
7.11 Demonstrativo de adaptação de estudos	85
7.12 Quadro de equivalências	85
7.12 Data de início da alteração/criação	85
8 INFRAESTRUTURA DO CURSO	86
9 AVALIAÇÃO DO CURSO	86
9.1 Avaliação do curso	91
9.2 Gerenciamento da avaliação	95
10 SUSTENTABILIDADE DA PROPOSTA	97
10.1 Laboratórios compartilhados	99
10.2 Componentes compartilhados	102
10.3 Necessidade de infraestrutura física específica	103
10.4 Adaptação da infraestrutura existente	104
10.5 Necessidade de normas complementares ou alteração de norma existente na Faccat para implantação da proposta	104
10.6 Necessidades de recursos humanos	104
10.7 Cronograma de implantação	104
10.8 Aquisição de recursos materiais	105
REFERÊNCIAS	106
ANEXOS	107
ANEXO A - PLANOS DE ENSINO - RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES	108

1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

O presente documento apresenta o Projeto Pedagógico do Curso de Tecnólogo em Gestão Comercial das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. As reformulações propostas visam contribuir de forma inovadora às premissas seminais do Projeto Pedagógico do Curso – PPC, em vigor. A presente reelaboração observa elementos do Projeto Pedagógico Institucional - PPI, do Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI, bem como as particularidades da região composta pelo Conselho Regional de Desenvolvimento do Paranhana e Encosta da Serra – COREDE sem descuidar do contexto e da dinâmica global.

A data de início da proposta curricular atualizada do curso está prevista para 2023..

1.1 Nome completo do curso

Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

1.2 Carga horária total

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial prevê a carga horária total de 1.680 (um mil, seiscentos e oitenta) horas, sendo distribuídas ao longo de 140 (cento e quarenta) créditos.

1.3 Prazo mínimo e máximo para integralização

O tempo mínimo para integralização do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial é de 4 (quatro) semestres e o tempo máximo para integralização é de 08 (oito) semestres.

1.4 Embasamento legal interno e externo

O Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT, foi revisado e estruturado com base nos seguintes regramentos legais:

Embasamento Interno

- Projeto Pedagógico Institucional – 2021.
- Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI 2022 - 2026.
- Regimento Geral - 2015.
- Resolução CSAA nº 2/2008 que aprova o Programa de Bolsas de Iniciação Científica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT.
- Resolução CSAA nº 3/2009 que cria o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.
- Resolução CSAA nº 6/2009 que define a inserção da disciplina de Língua Brasileira de Sinais – Libras - nos cursos da FACCAT (bacharelados, tecnológicos e licenciaturas).
- Resolução CSAA nº 3/2010 Aprova o Regulamento do Núcleo Docente Estruturante, aplicável a todos os Cursos de Graduação das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT.
- Resolução CSAA nº 5/2015 que regulamenta as Atividades Complementares dos Cursos de Graduação das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT.
- Resolução CSAA nº 2/2018 que aprova o Programa de Monitoria das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT.
- Resolução CSAA nº 4/2020 que aprova o Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT.

- Resolução CSAA nº 7/2021 que estabelece normas para a inserção da extensão nos currículos dos Cursos de Graduação das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT.
- RESOLUÇÃO CSAA 8/2021 - Regulamenta a Ensino Híbrida no âmbito dos Cursos de Graduação e de Pós-Graduação das Faculdades Integradas de Taquara.

Embasamento Externo

Língua Brasileira de Sinais – Libras

- Lei nº 10.436/2002 - Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais – Libras.
- Decreto nº 5.626/2005 - Regulamenta a Lei no 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei no 10.098, de 19 de dezembro de 2000.

Condições de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida

- Decreto nº 5.296/2004 - Regulamenta as Leis nºs 10.048, de 8 de novembro de 2000, que dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e 10.098, de 19 de dezembro de 2000, que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida.
- Decreto nº 7.611/2011 - Dispõe sobre a educação especial, o atendimento educacional especializado e dá outras providências.
- Lei 13.146/2015 - Determina a inclusão em conteúdos curriculares, em cursos de nível superior e de educação profissional técnica e

tecnológica, de temas relacionados à pessoa com deficiência nos respectivos campos de conhecimento.

Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena.

- Resolução CNE/CP nº 1/2004 - Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.
- Parecer CNE/CP nº 3/2004 - Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.
- Lei nº 10.639/2003 - Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira".
- Lei nº 11.645/2008 - Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena".

Políticas de educação ambiental

- Lei nº 9.795/1999 - Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental.
- Decreto nº 4.281/2002 - Regulamenta a Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental.
- Parecer CNE/CP nº 14/2012 - Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental.

- Resolução CNE/CP nº 2/2012 - Estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Ambiental.

Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos

- Parecer CNE/CP nº 8/2012 - Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.
- Resolução CNE/CP nº 1/2012 - Estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.

Proteção dos Direitos do Idoso

- Lei nº 10.741/2003 - Dispõe sobre o Estatuto do Idoso.

Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista

- Lei nº 12.764/2012 - Institui a Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista e altera o § 3º do art. 98, da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990.
- Decreto nº 8.368/2014 - Regulamenta a Lei nº 12.764, de 27 de dezembro de 2012, que institui a Política Nacional de Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista.

Voluntariado

- Parecer CP 05/2018 e Resolução CP 02/2018 - Inserção do Voluntariado nos PPC's.

Inserção da Extensão na matriz curricular

- Resolução CES 07/2018 - Dispõe sobre a inserção de 10% da carga horária total do curso de graduação em atividades de extensão.

Ensinar Híbrida	RESOLUÇÃO CSAA Nº 8/2021	Regulamenta a Ensinar Híbrida no âmbito dos Cursos de Graduação e de Pós-Graduação das Faculdades Integradas de Taquara.
Curricularização da Extensão	Resolução CSAA Nº 07/2021 Resolução CSAA Nº 01/2022	Estabelecem as normas para a inserção da extensão nos currículos dos Cursos de Graduação das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT.

1.5 Número de vagas

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial prevê a abertura anual de 100 (cem) vagas. O preenchimento das vagas no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial atenderá aos critérios estabelecidos para as diferentes modalidades de ingresso, observando os requisitos de acesso previstos na Resolução CP 02/2002.

O acesso ao curso ocorrerá por meio de diferentes formas de ingresso: processo seletivo regular (aluno ingressante via vestibular de inverno e verão), transferência interna ou externa, reingresso, solicitação via requerimento.

1.6 Atos de regularização

Os Atos de regularização que regem a seguinte proposta são:

Autorização: Portaria SETEC nº 303 de 10/12/2009, publicada no DOU de 15/12/2009, seção 1, página 86.

Reconhecimento: Portaria SERES nº 248 de 31/05/2013, publicada no DOU de 03/06/2013, seção 1, p. 16.

Renovação de Reconhecimento: Portaria SERES nº 948, de 30/08/2021. D.O.U. nº 165 de 31/08/2021, Seção 1, p. 36.

1.7 Turno de funcionamento

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial tem suas aulas ministradas no período noturno das 19:30 às 22:30, com 15 minutos de intervalo, de segunda-feira a sexta-feira.

1.8 Diplomação conferida ao final do curso

Tecnólogo em Gestão Comercial

1.9 Certificados de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico

- a) Assistente Administrativo de Vendas e,
- b) Analista de Mercado, Crédito e Cobrança.

2 JUSTIFICATIVA

Em mercados cada vez mais competitivos é crescente a demanda por excelência organizacional. Nestes, a gestão revela-se um meio ao alcance de objetivos e metas, constituindo vantagem competitiva. Em uma realidade caracterizada pelo dinamismo, mudanças, foco na eficiência, inovação e elevado volume de conteúdo, é premente o remodelamento de modelos de gestão que tornem as práticas organizacionais mais eficientes.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2019), a análise da estrutura do setor comercial, cuja principal característica se manifesta na revenda de mercadorias, possui especial importância dado o seu potencial de geração de empregos e renda, além de sua interação com as demais atividades econômicas. Em 2019 o total de 1,4 milhão de empresas comerciais auferiu R\$ 4,0

trilhões de receita operacional líquida e gerou R\$ 660,7 bilhões de valor adicionado bruto, considerando 1,6 milhão de unidades locais comerciais em todo o País. Sendo que o setor ocupou um total de 10,2 milhões de pessoas, que receberam R\$ 246,4 bilhões em salários, retiradas e outras remunerações.

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial resulta da demanda de atendimento às especificidades comerciais, da região da abrangência da instituição. Com esta proposta objetiva-se o atendimento, por parte da instituição, das demandas da comunidade regional, além de atender às estratégias institucionais previstas em seu Projeto Pedagógico Institucional (PPI), e Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).

A partir deste contexto, a presente proposta visa o alinhamento das capacidades produtivas, econômicas e sociais regionais, ao perfil mercadológico demandado, provendo a formação de profissionais que vislumbram uma inserção rápida no mercado de trabalho, bem como atender àqueles profissionais já inseridos no mercado de trabalho que desejam obter, ampliar e aprofundar o seu conhecimento técnico e tecnológico na área da Gestão Comercial.

Frente a isso, as Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT de forma a contribuir para o desenvolvimento e incremento da qualidade dos serviços prestados em estabelecimentos comerciais, visa com a presente proposta ampliar sua atuação em consonância às necessidades da região de sua área de abrangência, contribuindo positivamente ao desenvolvimento do setor comercial desta.

Tal proposta justifica-se pela ampla transformação que os modelos comerciais vêm enfrentando nos últimos anos, onde novas formas de comercialização potencializadas pelo advento tecnológico e mudanças de perfil de consumo, requerem novas habilidades e competências profissionais capazes de promover vantagem competitiva ante à concorrência. Ao mesmo tempo, a necessidade de operacionalizar a prática se faz presente nessa atualização de PPC, tendo em vista a proximidade das disciplinas eleitas para a prática comercial, tendo-se como base a Resolução CNE/CES No 07/2018. Junto a isso, com base na RESOLUÇÃO CSAA 8/2021, destaca-se ainda a

busca pelas Faculdades Integradas de Taquara por uma outra possibilidade, gerada a partir da pandemia de Covid-19, ao se ter como mote novos caminhos para a reorganização das dinâmicas de ensinagem com base em processos diferenciados e inovadores, integrando no ensino presencial a alternância de atividades em diferentes tempo e espaços. Por extensão, isso acaba gerando novas oportunidades para o efetivo desenvolvimento de aprendizagens significativas para enfrentar novos e complexos desafios da sociedade contemporânea, muito destacada pelo uso de TICs para as atividades laborais e/ou acadêmicas.

De outra parte, em atendimento ao Projeto Pedagógico Institucional da FACCAT, o Curso Superior de Tecnólogo em Gestão Comercial faz parte de uma gama de carreiras acadêmicas preocupadas com a (a) Formação Integral do sujeito, além do (b) aperfeiçoamento contínuo das práticas e dos processos institucionais (atividades de ensino, de extensão, de pesquisa e de gestão). O contributo adicional gerado pelo presente curso diz ainda respeito à (c) regionalização, mantendo-se uma ênfase ao desenvolvimento regional, uma vez que empregos são gerados no território de atuação da FACCAT e as organizações precisam de profissionais capacitados para o atendimento da demanda em termos de mercado de trabalho. O acesso ao ensino superior por parte dos habitantes dos municípios que compõem o COREDE Encosta da Serra – Vale do Paranhana condiz com o propósito de exercer o processo de (d) difusão do conhecimento. Tal processo cognitivo gera, por conseguinte, uma melhor compreensão dos aspectos sociais, ambientais e econômicos, fomentando a busca pela (e) sustentabilidade, tanto das pessoas como das organizações, que por sua parte, buscam alternativas criativas, encontrando respaldo no (f) empreendedorismo, com o objetivo de encontrar soluções para os mais diversos problemas contemporâneos.

Estruturas tradicionais como varejo, atacado e representações, já consolidadas em grandes empresas no mercado brasileiro, passaram a operar, também, em mercados virtuais, plataformas de e-commerce, ou outras maneiras de participação. Acrescenta-se, aqui, também a participação de micro, pequenas e médias empresas nesse contexto, visto que, organizações de sucesso necessitam conhecer a

conjuntura regional, nacional e internacional, na qual operam, para, assim, responder adequadamente aos desafios mercadológicos que lhe são impostos. Neste viés, profissionais atuantes na área comercial demandam compreender e relacionar os múltiplos aspectos que envolvem a prática comercial, interna e externa, de uma organização.

Logo, é premente a formação de profissionais aptos ao enfrentamento de questões inerentes a esse contexto. Observa-se, assim, relevante espaço para atuação de profissionais da área comercial, o que potencializa a oferta do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial e a atuação de seus egressos.

2.1. No caso de Alteração ou Atualização Curricular

As Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT pretendem com esta atualização curricular, no atendimento à Resolução CNE/CES No 07/2018, eleger disciplinas que operacionalizem a extensão, sendo elas: a) Gestão de Serviços; b) Técnicas de Negociação e de Compra e Venda; c) Empreendedorismo e d) Marketing Estratégico, todas com 60 horas. Com essa alteração haverá o atendimento, por parte da IES, da demanda da comunidade regional, além de atender às estratégias institucionais previstas no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).

2.1.1 Indicação das alterações, com justificativas (de forma objetiva)

A oferta de alteração no currículo do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial se justifica pela necessidade de formação continuada para os profissionais que buscam aperfeiçoamento nas questões referentes à gestão de empresas, que atuam no Comércio e no atendimento à legislação vigente. Esta formação continuada tem como objetivo o aprimoramento da qualidade dos recursos humanos que estão à disposição da sociedade e das organizações. A formação superior é demandada por estes profissionais em decorrência das exigências do mercado e da competitividade,

onde as habilidades gerenciais precisam ser desenvolvidas nas pessoas para o eficaz planejamento e gestão das organizações.

Espera-se que os alunos do curso de tecnólogo em Gestão Comercial contribuam significativamente para o desenvolvimento da sua comunidade, atuando de forma a maximizar os recursos organizacionais, empregando da maneira mais eficaz estes recursos e esforços visando a o desenvolvimento econômico e social.

Ao mesmo tempo, entende-se que a FACCAT se insere em uma região promissora, com alto potencial de crescimento, e que demandará qualificação profissional da comunidade para atuar em todos os setores geradores de economia, além da necessidade de formação humana para as relações interpessoais.

Desta maneira é possível observar a relevante contribuição que o campus pode promover para esta região, pois seus cursos são voltados para o setor agropecuário, industrial e da prestação de serviços. Também é evidente que o setor da Indústria e Comércio é historicamente muito pujante neste município, considerado um polo microrregional por sua localização e estrutura comercial.

2.1.2 Determinação legal

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial possui como determinação legal:

- Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia – SERES/SETEC – 3º Ed. 2016.
- Parecer CNE/CES nº 436/2001 - Cursos Superiores de Tecnologia – Formação de Tecnólogos.
- Parecer CNE/CP nº 29/2002 - Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia.
- Resolução CNE/CP nº 1/2021 - Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Destacando-se:

- Art. 62. Aos estudantes matriculados em cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio e em cursos de Educação Profissional Tecnológica de Graduação oferecidos anteriormente ao exercício em que a presente Resolução produzirá efeitos, fica assegurado o direito de conclusão de seus cursos organizados, respectivamente, com base na Resolução CNE/CEB nº 6, de 20 de setembro de 2012, e na Resolução CNE/CP nº 3, de 18 de dezembro de 2002.
- Art. 65. Esta Resolução entra em vigor, para a implantação de novas turmas, a partir de sua publicação.
- Parecer CNE/CP nº 17/2020 - Reanálise do Parecer CNE/CP nº 7, de 19 de maio de 2020, que tratou das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional e Tecnológica, a partir da Lei nº 11.741/2008, que deu nova redação à Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB).

2.1.3 Necessidades institucionais

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT objetiva atender à demanda mercadológica por profissionais capacitados a atuar em dinâmicos, complexos e competitivos ambientes empresariais, nos quais possam aplicar conhecimentos técnicos e mercadológicos compatíveis às especificidades do comércio, em suas diferentes formas de estabelecimentos comerciais.

Todos os aspectos anteriormente apresentados justificam a necessidade de existência de profissionais capazes de compreender a Gestão Comercial, como processo tecnológico em suas múltiplas interfaces organizacionais. Relacionando-a, a temas como empreendedorismo, inovação, ética, sustentabilidade, responsabilidade socioambiental e formação contínua. De forma a reunir competências capazes de atender aos contínuos desafios que o mundo contemporâneo reserva.

Neste contexto estão inseridas as Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT, cujo compromisso de contribuir à promoção da formação integral do ser humano, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

A área de atuação das Faculdades Integradas de Taquara concentra-se nos municípios de Taquara, Parobé, Nova Hartz, Igrejinha, Três Coroas, Canela, Gramado, São Francisco de Paula, Riozinho, Rolante, Santo Antônio da Patrulha, Sapiranga, Araricá, Campo Bom, Novo Hamburgo, Morro Reuter, Presidente Lucena, Lindolfo Collor e Santa Maria do Herval.

Em nível de graduação, a Instituição atende a comunidade com a formação de profissionais nas áreas da Educação, com licenciaturas em Pedagogia, Letras, História e Matemática; da Administração; das Ciências Contábeis; da Engenharia de Produção; da Comunicação Social e suas habilitações Publicidade e Propaganda e Relações Públicas; dos Sistemas de Informação; da Psicologia; das Ciências Jurídicas; do Design; da Enfermagem; da Fisioterapia e dos Jogos Digitais, além dos cursos tecnológicos de Sistemas para a Internet e Gestão da Qualidade.

As Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT visam ampliar cada vez mais suas atividades que repercutam positivamente em sua área de atuação. Não apenas formando novos profissionais de nível superior, mas, também, interagindo com todos os segmentos para o desenvolvimento regional e participando ativamente na vida do cidadão. Nesse sentido, seus princípios institucionais de qualidade, formação integral, regionalização, democratização, sustentabilidade e empreendedorismo são fundamentais para o alcance deste objetivo.

2.2 Elaboração

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial observa o contexto social, demográfico e econômico de sua área de atuação, na qual o comércio figura como relevante atividade econômica. Contribuindo, assim, para o desenvolvimento de sua capacidade produtiva e empreendedora.

2.2.1 Mencionar a análise das demandas regionais

Atenta ao contexto exposto, as Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT, liderou, entre várias iniciativas, a criação do Conselho Regional de Desenvolvimento do Paranhana e Encosta da Serra - COREDE, que foi instalado, em Taquara, em 1993, sendo reconhecido pela Lei Estadual 10.283/94.

O objetivo dos COREDES é o desenvolvimento integrado das diversas regiões do Estado, através do apoio das prefeituras que os integram e da comunidade civil e empresarial. Tendo como missão promover o desenvolvimento regional com crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental, mediante a formação e capacitação do cidadão, desenvolvendo processos de governança regional e a articulação dos setores público e privado.

Integram, atualmente, o COREDE Paranhana e Encosta da Serra os seguintes municípios: Taquara, Parobé, Igrejinha, Três Coroas, Riozinho, Rolante, Morro Reuter, Presidente Lucena, Lindolfo Collor e Santa Maria do Herval.

As Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT disponibilizam ao COREDE a infraestrutura física e recursos humanos e materiais para o seu funcionamento, com o objetivo de proporcionar o desenvolvimento integrado dos diversos municípios da região.

De acordo com dados de 2020 da Fundação de Economia e Estatística - FEE, o COREDE Paranhana-Encosta da Serra conta com uma área de 1.713,3 km², com população total de 227.603 habitantes, e densidade demográfica de 132,8 hab/km². Cumpre destacar que o perfil socioeconômico apresenta a caracterização socioeconômica dos COREDES existentes até 2013. Sendo que a partir do ano de 1999 o PIB per capita foi calculado com as estimativas populacionais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, visando a compatibilização do PIB per capita dos municípios com o do Estado.

A seguir, são apresentadas informações socioeconômicas dos municípios integrantes do COREDE Paranhana e Encosta da Serra, bem como informações

socioeconômicas dos outros municípios que fazem parte da área de abrangência das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT.

Quadro 1 - Informações socioeconômicas dos municípios integrantes do COREDE Paranhana e Encosta da Serra e demais municípios de atuação da FACCAT

Município	<i>População (pessoas)*</i>	<i>PIB per capita (R\$)**</i>
Igrejinha	37.754	52.771,02
Lindolfo Collor	6.193	51.976,11
Morro Reuter	6.570	32.825,74
Parabé	59.419	23.180,55
Presidente Lucena	2.972	56.999,61
Riozinho	4.698	27.982,83
Rolante	21.591	30.611,38
Santa Maria do Herval	6.382	32.726,17
Taquara	57.740	24.898,78
Três Coroas	28.948	31.690,01
Araricá	5.840	33.932,70
Campo Bom	69.981	48.004,71
Canela	45.957	27.914,98
Gramado	36.864	62.317,96
Jaquirana	3.611	18.836,69
Nova Hartz	22.147	31.759,49
Santo Antônio da Patrulha	43.397	33.598,69
São Francisco de Paula	21.871	33.374,47
Sapiranga	80.514	42.829,26
* Ano base - 2021		
** Ano base - 2019		

Fonte: baseado em dados IBGE 2019-2021.

Ao fim desta contextualização, observa-se que seja no contexto público, industrial, comercial, de serviços, ou terceiro setor, a atuação de um profissional de Gestão Comercial constitui-se em diferencial para organizações de sucesso. Daí a relevância e premência de profissionais aptos a atuar nos mais variados modelos de gestão empresarial.

3 CONCEPÇÃO DO CURSO

A capacidade de solucionar problemas e a adequação aos espaços a serem ocupados pelo Tecnólogo em Gestão Comercial, formado pelas Faculdades Integradas de Taquara, devem ir além do âmbito profissional, englobando as situações onde poderão ser aplicados os conhecimentos como cidadão. É uma ação pedagógica que busca formar, além do profissional, o sujeito proativo que, assimilando e compreendendo a aplicação dos saberes teóricos à prática profissional, poderá contribuir com os processos de transformação à melhoria do bem-estar social.

Para tanto, a concepção didático-pedagógica do curso expressa em seus objetivos e estrutura curricular, busca a integração dos quatro pilares da educação recomendados pela UNESCO, que proporcionam ao aluno bases sólidas e que o levam a um crescimento contínuo em seu aprendizado no ensino superior. São pilares de aprendizagem segundo a UNESCO:

- **Aprender a conhecer:** o gosto pelo aprendizado contínuo nas relações entre o conhecimento teórico e técnico, que façam o aluno compreender a necessidade do aprimoramento profissional, intelectual e pessoal.
- **Aprender a fazer:** a capacidade de associar conhecimentos teóricos e técnicos no desempenho profissional e no exercício da cidadania.
- **Aprender a conviver:** trabalho em equipe é uma necessidade para os egressos do curso; desta forma, o aluno poderá desenvolver a capacidade de conviver e respeitar diferenças, bem como a aplicação dos conhecimentos adquiridos previamente a situações novas e não familiares.
- **Aprender a ser:** a postura ética é fundamental para a atuação no mercado de trabalho, onde o profissional deve assumir seus valores e defender o bem comum em todos os sentidos.

No limiar de um novo tempo fortalecer a articulação da teoria com a prática, valorizando a pesquisa individual e coletiva, assim como a participação em atividades de extensão e estágio não obrigatório são eixos norteadores do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

Desta forma, a partir da revisão do Processo Formativo previsto no Projeto Pedagógico Institucional (PPI), estão sendo incentivadas a incorporação de metodologias ativas, considerando os acadêmicos como o foco principal do processo ensino-aprendizagem, capazes de intervir e promover as transformações necessárias para tornarem-se protagonistas no seu processo de construção do conhecimento.

Essas metodologias permitem gerar práticas inovadoras no contexto da formação profissional, superando limitações dos modelos tradicionais de ensino.

Como forma de complementação à formação do futuro profissional da área de gestão comercial, são oferecidas diversas atividades durante o período de vivência acadêmica, tais como: palestras, oficinas, atividades de extensão universitária, mostra de iniciação científica, visitas técnicas, orientação acadêmica e profissional e a atualização constante dos alunos do curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

Portanto, no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial o domínio do conhecimento é condição indispensável, mas não suficiente, pois o que proporciona maior sentido e qualidade ao egresso do curso é o aprender a lidar criativamente com o conhecimento, buscando o seu avanço. Desta forma verifica-se que o aprender a conhecer é condição necessária e fundamental para que o profissional possa assimilar as constantes alterações e melhorias nos modos de gestão comercial de bens e de serviços.

4 OBJETIVOS DO CURSO

A seguir são apresentados os objetivos (geral e específicos) do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, que estão em consonância com os princípios expostos no Projeto Pedagógico Institucional da Faccat.

4.1 Objetivo geral

Contribuir na formação de gestores comerciais competentes por meio da construção e análise crítica acerca do conjunto de conhecimentos e ferramentas que estimulem o desenvolvimento de competências na área comercial, assegurando, assim, níveis de competitividade frente às transformações do mundo contemporâneo e voltado ao desenvolvimento da área comercial da organização.

4.2 Objetivos específicos

- Compreender a organização como um todo articulado e sistêmico, constituído de múltiplas relações que se operam interna e externamente, agindo de forma ética e profissional;
- Diagnosticar e analisar problemas referentes à área comercial, identificando as variáveis que os constituem e/ou determinam, bem como os tipos de relações que mantêm entre si e propor e/ou implementar medidas que resultem em soluções viáveis e eficazes;
- Planejar e desenvolver/implementar ações pertinentes à área comercial, em consonância com as necessidades/demandas/potencialidades regionais, nacionais e mundiais;
- Planejar, implementar e avaliar ações na área comercial, considerando diferentes possibilidades de realização, analisando vantagens e desvantagens,

implicações, riscos e resultados, de forma a selecionar a(s) mais adequada(s) aos interesses comerciais da organização;

- Atuar profissionalmente na administração da área comercial de organizações, mediante ações tecnicamente adequadas e socialmente significativas;
- Gerir a área comercial de organizações observando procedimentos administrativos, legais e econômicos envolvidos;
- Manter relações interpessoais fundamentadas na confiança, na solidariedade e no espírito de equipe agindo com flexibilidade e adaptabilidade acordo com as políticas de gestão de pessoas da organização;
- Utilizar os modernos recursos de tecnologia de informação em favor da agilização de processos comerciais da organização.

5 PERFIL DO EGRESSO

O Tecnólogo em Gestão Comercial formado nas Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT deve desenvolver competências que o habilitem para o exercício da profissão. Ou seja, atuar na análise, planejamento, execução, avaliação e gerenciamento de atividades comerciais (varejo, atacado, representação e demais formas de serviços), analisando as condições de viabilidade econômico-financeiro-tributária do segmento em que estiver inserido, de forma ética e profissional.

5.1 Competências - Transversais e Profissionais

Apoiada na missão institucional, nos princípios institucionais e no perfil do egresso, a Faccat trabalha com três competências transversais (CT), norteadoras para todos os cursos e atividades da Instituição:

1. Construir e articular o conhecimento:

Tal competência compreende, essencialmente, uma atuação interdisciplinar e extensionista dos profissionais formados pela instituição. Além disso, por meio da pesquisa, os alunos romperão com a dicotomia entre teoria e prática, a fim de articular conhecimentos científicos e tecnológicos, reforçando o compromisso com as realidades regional e global. Entende-se, ainda, que a competência de construir o conhecimento é estimulada por um comportamento flexível e cooperativo no processo de aprendizagem e formação continuada, além da busca pela eficiência e eficácia nas formas de se comunicar e de se expressar.

2. Exercer a cidadania:

Dentro da premissa da formação integral do ser humano, a competência do exercício da cidadania compreende o exercício do diálogo construtivo, permeado por, uma atuação crítica e ética por parte dos acadêmicos da Faccat, amparada na promoção de práticas democráticas que respeitem os direitos humanos, compreendam e valorizem a diversidade em todas suas facetas e reforcem os princípios da equidade, da reciprocidade, da empatia e da acessibilidade. Soma-se, também, o estímulo e valorização de atitudes socialmente responsáveis, sustentáveis e resilientes.

3. Atuar de forma criativa, inovadora e estratégica:

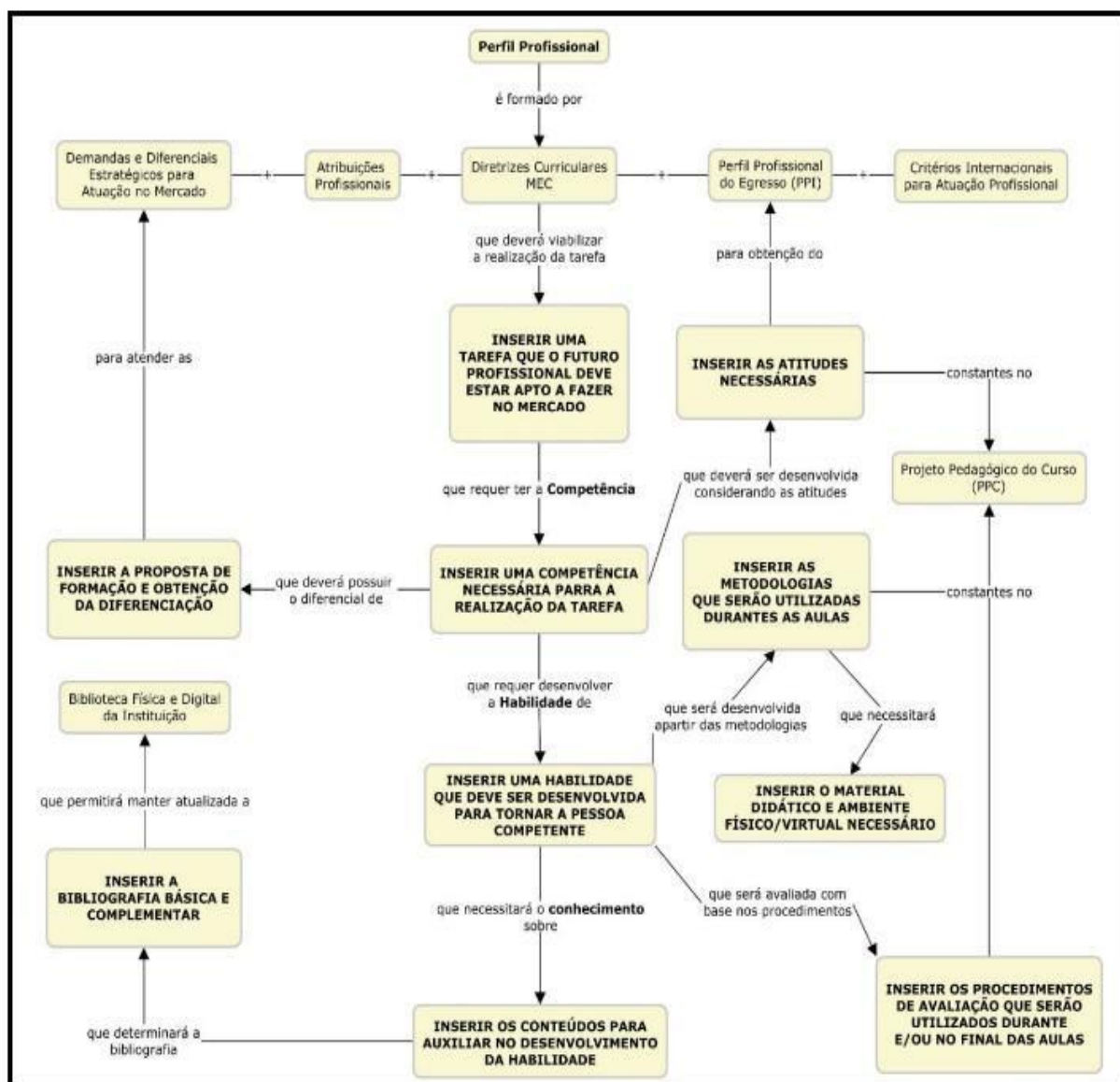
Nessa competência, entende-se a habilidade dos acadêmicos e egressos em serem proativos e empreendedores em relação às realidades profissionais e sociais, a fim de assumirem iniciativas responsáveis no processo de tomada de decisão. Para isso, compreende-se que a visão sistêmica e a liderança são pressupostos essenciais para esse processo. Finalmente, o perfil empreendedor para novas práticas ou novos negócios e a inovação nas conexões entre áreas do conhecimento, na constância dos questionamentos e nos exercícios de observar e experimentar, completam a competência de atuar de forma criativa, inovadora e estratégica.

Faz-se necessário refletir sobre o Perfil Profissional, considerando especialmente “quais são as atribuições profissionais dos egressos?”. Acredita-se que, a partir desta reflexão, será possível estruturar as competências, suas habilidades, atitudes e conhecimentos. De acordo com Jung e Dörr (2017):

[...] uma tarefa que poderá ser realizada no mercado de acordo, em especial, com as atribuições profissionais. Na sequência, insere uma competência indispensável à realização desta tarefa. Depois pensa em uma habilidade que deve ser desenvolvida para tornar competente o indivíduo à realização desta tarefa. Posteriormente relaciona os conteúdos necessários ao desenvolvimento desta habilidade. Com base na habilidade proposta estabelece as metodologias para aprendizagem e os processos de avaliação que serão utilizados (JUNG e DÖRR, p. 10. 2017).

Para a elaboração das Competências Profissionais, indica-se partir do Perfil Profissional. As Competências estão referendadas no PPI e, para

organizá-las, orienta-se consultar a bibliografia indicada e considerar o “Mapa conceitual do Método desenvolvido destinado a exercitar a aplicação” (JUNG e DÖRR, 2017).



Descrever, além das Competências Profissionais, para cada uma, os

Conhecimentos, as Habilidades e as Atitudes envolvidas.

Quadro de Competências e Habilidades

Competência Profissional 01 - Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras;									
Competência Profissional 02 - Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações;									
Competência Profissional 03 - Orientar suas ações e atitudes em princípios éticos, respeitando a pluralidade de ideias, crenças, raças e gênero;									
Competência Profissional 04 - Entender a organização, seus modelos de gestão, bem como suas inter-relações com o ambiente externo;									
Competência Profissional 5 - Comprometer-se com a ética de atuação profissional e com a organização solidária da vida em sociedade, bem como o cuidado de desenvolver-se como cidadão, o que se pressupõem uma postura autônoma.									
1. HAB- Usar o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes;	2. HAB - Acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização;	3. HAB - Gerir as relações com fornecedores e clientes utilizando a técnica de negociação, de compra e venda;	4. HAB- Coordenar e avaliar as atividades dos ciclos de vendas, efetuando a análise de indicadores de desempenho operacional, propondo alternativas	5. HAB - Analisar e avaliar os produtos e serviços ofertados no mercado de vendas, identificando as oportunidades e riscos existentes por tipo de operação mercadológica;	6. HAB - Aplicar o processo de planejamento estratégico para as ações de vendas da organização;	7. HAB - Identificar e aplicar a legislação que regula as atividades de comercialização;	8. HAB - Coletar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades de comercialização, tais como: concorrência, demanda, volume de vendas por loja ou por vendedor e outros relacionados com o desempenho	9. HAB - Analisar e selecionar modernos recursos de tecnologia de informação tendo por base a sua realidade organizacional.	

			ivas de mudan ças e melho rias de proces sos;			ho da empresa;			
--	--	--	--	--	--	-------------------	--	--	--

6 PROPOSTA METODOLÓGICA DO CURSO

O método de ensino não pode ser considerado como um simples instrumento de estruturação pedagógica. Na realidade, o método de ensino deve propiciar ao educando uma forma significativa de construção e de assimilação crítica do conhecimento, representado nas instituições educacionais, pelas matérias de ensino.

Tendo presente os referenciais do PDI – Plano de Desenvolvimento Institucional e o PPI – Projeto Pedagógico Institucional, os quais são a sustentação para a construção do Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, com destaque para a definição do perfil do egresso, dos objetivos e da estrutura curricular do Curso, torna-se possível traçar princípios para nortear a explicitação de uma concepção metodológica que possa servir de parâmetro às escolhas de estratégias que os professores deverão fazer relativamente ao desenvolvimento de cada disciplina ou atividade que compõe o Curso, devendo ser respeitados os princípios pedagógicos, conforme Andrade e Amboni (2003), da identidade, diversidade, autonomia, interdisciplinaridade, contextualização e flexibilidade.

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial possui não apenas uma grande quantidade, mas uma diversidade significativa de aportes teórico-metodológicos que requerem, no desenrolar da formação dos alunos, a criação de ambientes que possam ensejar as condições indispensáveis à efetivação das

aprendizagens. Isto proporciona ao aluno, não somente sua formação tecnológica, mas também sua inserção, de forma qualificada, na sociedade e no mercado de trabalho, em específico nas áreas comerciais das organizações.

É de fundamental importância, também, que sejam asseguradas condições para o desenvolvimento, pelos alunos, das competências fundamentais para que venham a cumprir com eficiência e eficácia o papel de gestores comerciais de empresas de naturezas e portes variados.

Para tanto, é preciso que o Curso contemple a abordagem de diferentes vertentes teóricas, temáticas e situações-problema, de maneira integrada e de tal modo que os conhecimentos disponíveis a respeito dos avanços da ciência e da tecnologia sirvam de elementos para a análise e compreensão da realidade e a consequente intervenção nesta, sendo assim garantida a articulação entre as dimensões da teoria e prática. Dessa forma, o corpo teórico já disponível só faz sentido se for abordado na direção de descortinar a realidade, ou seja, o aporte teórico deverá ser tratado como instrumento para fundamentar as intervenções a serem feitas no contexto de atuação do gestor comercial.

Nesse sentido é que as experiências práticas (virtuais e/ou reais) passam a se constituir numa forma de inserção do futuro profissional no seu meio de atuação, bem como de problematização dos próprios subsídios teóricos. Assim, além dos recursos de exposição didáticos, dos estudos práticos em sala de aula, estudos dirigidos e independentes, seminários, aulas práticas com trabalhos domiciliares individuais e em grupos, estudo de casos, as visitas técnicas, uso de metodologias ativas, entre outros, tornam-se mecanismos importantes de viabilização dessa proposta metodológica.

Ao professor cabe o papel de orientar o processo de ensino, sempre com vistas à aprendizagem, de modo a que propicie ao aluno uma participação efetiva nesse processo, quer como aprendiz, quer como investigador. A conjunção destes fatores é essencial para que, na condição de profissional, o egresso

esteja apto a enfrentar os desafios e as incertezas inerentes ao cotidiano do exercício profissional. O docente deverá ter como foco no desenvolvimento do ensino o “aprender a ser, fazer, conhecer, conviver e a resolver problemas de forma a transpor os conhecimentos adquiridos na busca de soluções criativas para um mundo melhor”, conforme relatório da UNESCO para a educação mundial.

Nessa dinâmica de ação educativa, é também função do docente gerir os processos grupais, de forma a que os tecnólogos possam, pela vivência dessas práticas de atuação em grupo, desenvolver as competências fundamentais ao trabalho em equipe, característica de toda e qualquer atividade profissional, especialmente daquelas que pressupõem, dentre outras, as capacidades de cooperação, liderança, articulação de diferentes pontos de vista e de tomada de decisões.

Tudo isso possibilita ao aluno ir definindo o seu projeto de atuação profissional e, depois de formado, se manter atento às possibilidades de dar continuidade ao seu processo de formação de conhecimentos.

6.1 Modalidades de Ensino

Para a Faccat, o conceito de presencialidade no tempo e no espaço pode abranger:

- a) Presencial (**Geográfico**): mesmo tempo e mesmo espaço físico;
- b) Presencial on-line (**Faccat ON**): ao mesmo tempo e espaço distinto (síncrono remoto).



6.2 Modelos de Aplicação

A presente proposta considera dois modelos de aplicação: o modelo presencial, partindo da premissa de presencialidade (física e síncrona), e o modelo híbrido o qual conjuga o presencial físico, o presencial síncrono e o assíncrono.

6.2.1 Modelo de Ensino Presencial

O Modelo de Ensino Presencial (Geográfico) é o que sempre foi praticado na Faccat e que com sua expertise e competência vem, paulatinamente, sendo aprimorado e aperfeiçoado, razão pela qual se destaca regionalmente no ensino presencial.



O modelo de aplicação presencial sempre foi o modelo praticado pelas Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. De forma a inovar sua expertise e competência este modelo de aplicação vem, paulatinamente, sendo melhorado, razão pela qual, a instituição se destaca regionalmente na modalidade de ensino presencial.

Esta modalidade demanda a prerrogativa da existência de um espaço físico, o qual pode ser representado pela sala de aula, laboratórios de ensino, auditórios, dentre outros espaços físicos da instituição..

6.2.2 Modelo de Ensino Híbrido

De acordo com a Resolução CSAA Nº 08/2021, entende-se a Ensino Híbrido como um processo metodológico de ensino, mediado ou não por tecnologias digitais de informação e comunicação, que se caracteriza como metodologia pedagógica flexível, ativa e inovadora.

A Ensino Híbrido deve orientar a atividade docente com o objetivo de estimular a autonomia, o protagonismo, o engajamento do estudante, a interação entre estudantes e entre estes e docentes, integrando atividades presenciais e não presenciais, com alternância em diferentes tempos e espaços.

Ressalta-se que a Ensino Híbrido não se confunde com a estrutura de cursos ofertados na modalidade de Educação a Distância (EaD). Deste modo, a Ensino Híbrido deve diversificar e ampliar as possibilidades de organização curricular e as práticas pedagógicas, as quais ressignificam, temporal e espacialmente, percursos formativos diferenciados e dinâmicas das relações e mediações referentes às aprendizagens discentes.

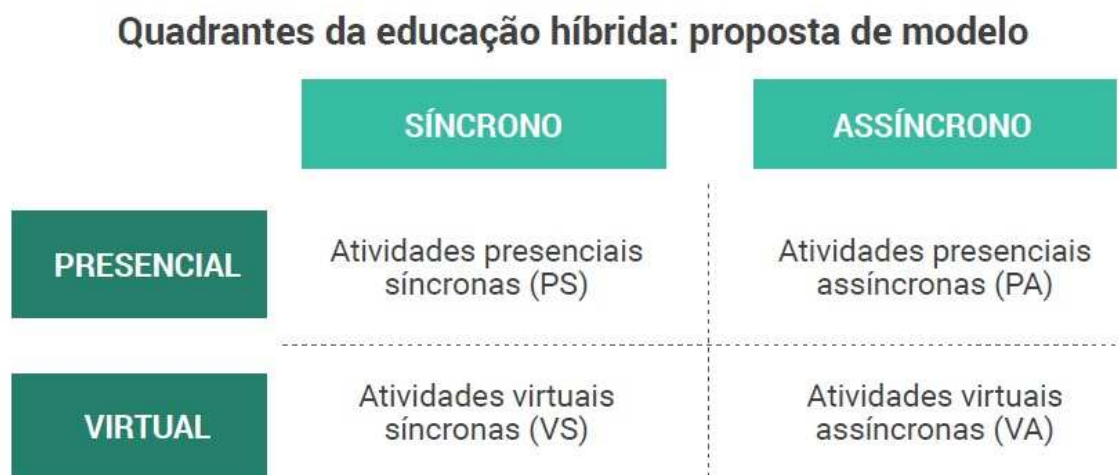
Assim, a Faccat assume uma aprendizagem ampla e flexível, de modo a desenvolver as competências e não se restringir a atividades de ensino centradas em aulas ou horas-aula, mas proporcionar a estudantes e docentes interações múltiplas vinculadas a estudos de caso, leituras e aprofundamentos teóricos, atividades redacionais, orientação em pesquisas temáticas e disciplinares, desenvolvimento de extensão curricular, organização de grupos de estudo e seminários, práticas laboratoriais, vivenciais e remotas, entre outras, que envolvam inclusive a cooperação

com instituições nacionais e internacionais.

A proposta metodológica parte de dois eixos: o primeiro relacionado à dimensão do espaço (presencial ou virtual) e o segundo à dimensão do tempo (síncrono ou assíncrono), adotando-se quatro quadrantes de possibilidades didático-pedagógicas:

- I. atividades presenciais síncronas (PS), com a presença docente;
- II. atividades virtuais síncronas (VS), com a presença docente;
- III. atividades presenciais assíncronas (PA), com a orientação docente; e
- IV. atividades virtuais assíncronas (VA), com a orientação docente.

Para a Faccat, o conceito de presencialidade no tempo e no espaço poderá abranger os 4 Quadrantes Híbridos¹ (NISKIER, 2021):

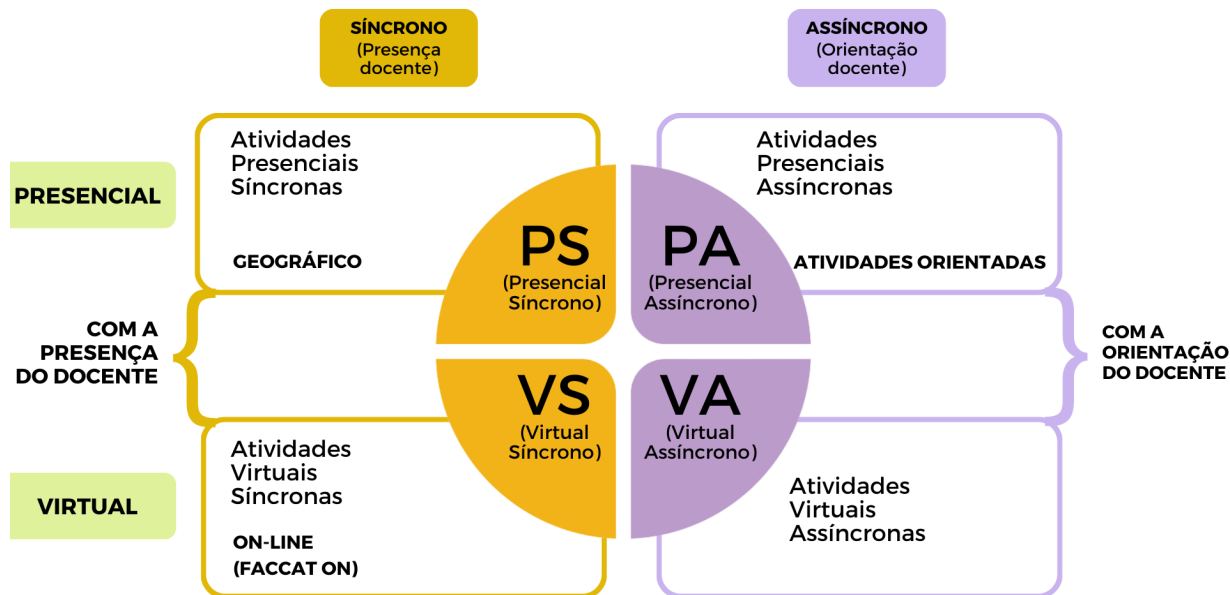


Fonte: NISKIER, 2021, p. 49

Observe no diagrama a seguir:

¹ Disponível em <https://abmes.org.br/arquivos/publicacoes/QuadrantesHibridosWEB.pdf>

Quadrantes Híbridos - FACCAT



Fonte: Adaptado de NISKIER, 2021, p. 49, pela Vice-Direção de Graduação (2022).

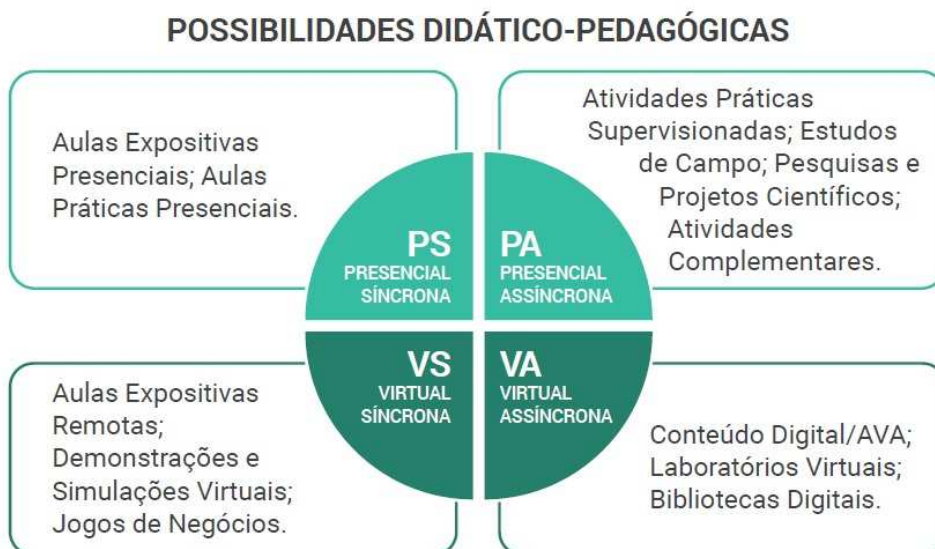
Detalhando os quadrantes híbridos:

- I - Presencial Síncrono (PS)** - salas de aula convencionais ou aulas presenciais em laboratórios e outros espaços, onde há a presença simultânea do professor e dos acadêmicos;
- II - Virtual Síncrono (VS)** - aulas on-line (remotas) com interação docente e discente, de forma simultânea, com a presença física em espaços distintos, realizadas mediante utilização de Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC's);

III - Presencial Assíncrono (PA) - atividades orientadas ou atividades práticas supervisionadas, exceto as práticas profissionais, realizadas pelos estudantes em momentos à sua escolha como, por exemplo, as práticas em laboratório e as salas de estudo das bibliotecas, ou mesmo o trabalho em campo, feito dentro do próprio ritmo do aluno, sob a orientação docente;

IV - Virtual Assíncrono (VA) - permite que o acadêmico acesse os materiais disponíveis e realize atividades, por meio de ambientes virtuais de aprendizagem (AVA), possibilitando a interação com o docente e demais estudantes mediado pelas TDIC's.

Nesse aspecto, os cursos de graduação terão autonomia para, a partir das normativas institucionais e das discussões e proposições dos NDE's e dos Colegiados de Curso, elaborarem suas propostas no Modelo Híbrido, associando as diferentes possibilidades, desde que o processo pedagógico assim o recomendar e prever.



Fonte: NISKIER, 2021, p. 49

Além disso, a curricularização da Extensão vai perpassar todo o Modelo de Aplicação Híbrido, por meio de diferentes atividades presenciais, propostas, projetos e ações orientadas e/ou supervisionadas pelo Professor, atendendo às normativas externas e internas.

Durante o período de excepcionalidade, devido à Covid-19, a experiência vivenciada pelos acadêmicos e docentes das Faculdades Integradas de Taquara proporcionou aprendizagens que possibilitaram vislumbrar, com êxito, o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação - TIC's, no processo de ensinagem.

A incorporação das tecnologias aliada às metodologias ativas e ao princípio da qualidade que norteia as ações acadêmicas e que, a partir das avaliações institucionais realizadas, contribuíram de maneira significativa para a construção de novas possibilidades.

Acrescenta-se que, após o momento de excepcionalidade provocado pela pandemia do novo coronavírus, todos os componentes curriculares têm um percentual de presencialidade geográfica e respeitam as normas institucionais definidas na Resolução CSAA Nº 08/2021.

- Os NDEs deverão identificar os componentes curriculares que podem ser trabalhados no formato híbrido, no quadro “Detalhamento dos Componentes Curriculares”, e indicarão o percentual máximo no campo “Especificidades”, do ementário, apenas daqueles componentes que terão um limite menor de atividades assíncronas e presenciais síncronas do que o determinado pela instituição.

A gestão das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT viu a possibilidade de propor e implementar o modelo híbrido. Essa inovação vem de encontro aos anseios da comunidade, além de propiciar novas possibilidades educacionais com o acesso às tecnologias da informação e comunicação.

Na aplicação híbrida, conforme preconizado em PPI, os cursos de graduação também poderão ofertar percentual de sua carga horária total via a realização de atividades on-line e outras de forma assíncrona, em observância aos requisitos normativos da instituição. Quando ofertados de forma parcial, conforme previsto neste projeto, serão denominadas como “Assíncrono”. Onde, o termo “Assíncrono” compreende a educação que independe da sincronicidade das ações (com tempos e espaços distintos, podendo ou não ser mediadas por Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC’s).

Com a aprovação da Portaria MEC 4.059/2004 e a possibilidade que ela trouxe, de adotar os procedimentos de educação à distância em até 20% do total previsto de carga horária para cursos presenciais, a instituição começou um processo de reflexão sobre essa possibilidade, dentro de seus padrões de qualidade, e de investimentos em aporte tecnológico e qualificação de pessoal.

6.3 Articulação com a Extensão e Pós-Graduação

A indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão é muito mais do que um princípio constitucional revela-se como um permanente desafio no cotidiano das instituições de ensino superior brasileiras.

A integração entre a IES e as comunidades acaba sendo desvalorizada em virtude da tendência em se valorizar a produtividade acadêmica.

Costa (2018) diz que os desafios para a inserção e permanência de ações

extensionistas na comunidade estão ligados a fatores como: temporalidades, institucionalidades, financiamento, negociações e interesses de distintos atores envolvidos.

A articulação entre pesquisa, ensino e extensão nas IES caminha passo a passo com as dificuldades de se efetivar o princípio da indissociabilidade, portanto, uma maneira para transformar esse cenário é observar atentamente os diversos desafios do cotidiano. Em outras palavras, deverá servir como instrumento de inserção social aproximando cada vez mais a academia das comunidades e instituições adjacentes.

Não podemos esquecer que a articulação entre cada um dos pilares rege a missão e o dever das universidades no Brasil. Nesse sentido, a extensão universitária articulada com a pesquisa e pós-graduação irá permitir uma maior aproximação das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT com a sua comunidade, permitindo uma educação de qualidade.

6.4 Atendimento às Pessoas com Deficiências e Acessibilidade

As Faculdades Integradas de Taquara têm como compromisso, ao longo de sua história, formar cidadãos conscientes de sua responsabilidade social e do papel de agentes transformadores e participantes, a inclusão daqueles que necessitam do apoio da instituição para continuar seu percurso formativo. Para tanto, implantou ações que vem favorecendo o ingresso e a permanência, com qualidade no ensino superior, de pessoas que demandam atenção especial em diferentes situações.

Neste contexto, estas consideram importante a inclusão de ações para atendimento das pessoas com deficiência no âmbito das políticas de inclusão social. A iniciativa está em consonância com a Constituição Federal (artigo 208, III), com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei 9.394/96), com o Plano Nacional de

Educação (Lei 13.005, de 25 de junho de 2014), com as Diretrizes Nacionais para a Educação Especial, a Lei no 10.098 de 19/12/2000, com o Estatuto da Pessoa com Deficiência Lei no 13.146/2015, com a Portaria MEC 2.678, de 24 de setembro de 2002 - Braille para a Língua Portuguesa, e Decreto 6.949, de 25 de agosto de 2009 e o Decreto no 7.611/2011.

Desse modo, seus artigos estabelecem normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas com deficiências ou com mobilidade reduzida.

Alinhada aos referenciais legais e visando atender às políticas institucionais descritas no Plano de Desenvolvimento Institucional – (PDI), no Projeto Pedagógico Institucional (PPI), a FACCAT buscou descrever o Programa de Acessibilidade e Inclusão (FACCAT), que norteia e projeta o Plano de garantia à acessibilidade e inclusão. Esse programa está, portanto, de acordo com as disposições dos Referenciais que propõem um entendimento de acessibilidade que vai além da acessibilidade física.

“Esta concepção pressupõe a articulação dos princípios e dos valores que estão subjacentes à formulação das políticas e das práticas institucionais no âmbito pedagógico e da gestão” (MEC, p.5, 2013).

Nesse Programa, o Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP), órgão institucional com objetivo de assessorar professores, acadêmicos e colaboradores, em prol da aprendizagem e do conhecimento, será o executor do Atendimento Educativo Especializado (AEE), conforme o Art. 2º, inciso V do Regulamento do NAP.

Além disso, foi instituído o Comitê de Acessibilidade da FACCAT, com representatividade das diferentes áreas da Instituição, que centraliza e orienta as ações de inclusão voltadas ao acesso, à permanência e à participação das pessoas

com deficiência nas atividades desenvolvidas pela Instituição. Ele também opina e sugere ações que eliminem barreiras e promovam a acessibilidade arquitetônica, atitudinal, pedagógica, instrumental, digital e nas comunicações.

As ações planejadas e implementadas buscam atender àqueles que têm deficiências de qualquer natureza, ou barreiras emocionais e psicossociais, os quais são auxiliados, através de alternativas pedagógicas e psicopedagógicas, para que alcancem a autonomia e o conhecimento, possibilitando a conquista de espaços profissionais, sociais, culturais para que possam desfrutar de uma vida com qualidade.

7 ESTRUTURA CURRICULAR

A proposta curricular do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial considera os desafios da educação superior ante às intensas transformações sociais e mercadológicas, bem como as demandas relacionadas à prática comercial, e ao exercício do profissional em Gestão Comercial, reafirmando, assim, seu compromisso com a promoção do conhecimento e do saber técnico e tecnológico.

Ao se ter por base as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso Tecnologia em Gestão Comercial a nova estrutura curricular, necessária a partir da RESOLUÇÃO CSAA 8/2021 (Hibridização) e da CSAA No 7/2021 (Curriculização da Extensão), apresentada a seguir, foi construída a partir da concepção do eixo de formação proposto.

Na construção da presente proposta de formação curricular levou-se em consideração uma sequência lógica dos componentes curriculares dentro de cada semestre letivo, bem como de semestre para semestre, atendendo, paulatinamente, às demandas do processo formativo do currículo por competências.



De forma que a matriz curricular busca preparar o discente de Gestão Comercial para o mercado de trabalho, incentivando sua capacidade empreendedora e permitindo o desenvolvimento de suas competências profissionais tecnológicas gerais e específicas.

7.1 Matriz Curricular

FACULDADES INTEGRADAS DE TAQUARA

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL - Tecnológico		- Carga horária mínima de 1680 horas
- Código da matriz curricular: xx		- Período mínimo para conclusão de 5 semestres
- Matriz curricular atual, vigente desde 2023/1		

GRUPO 1 - COMPONENTES OBRIGATÓRIOS

Sequência	Período semestral	Código	Nome	Carga horária	Créditos financeiros	Pré-Requisitos	Notas
1	1	11244	Fundamentos do Processo Administrativo	60	4		-
2	1	11345	Português	60	4		-
3	1	11352	Filosofia e Ética Empresarial	60	4		-
4	1	11353	Direito Empresarial e do Consumidor	60	4		-
5	1	11246	Fundamentos de Gestão de Pessoas	60	4		-
6	1	11801	Formação e Desenvolvimento da Equipe de Vendas	60	4		-
7	2	11245	Fundamentos de Marketing	60	4		-
8	2	11802	Excelência no Atendimento ao Cliente	60	4		-
9	2	11139	Contabilidade Introdutória	60	4		-
10	2	11249	Gestão de Serviços	60	4		1
11	2	11247	Gestão de Operações e Logística	60	4		-
12	2	11255	Comportamento do Consumidor e do Comprador Organizacional	60	4		-
13	3	11420	Matemática Comercial e Financeira	60	4		-
14	3	11137	Gestão de Custos	60	4		-
15	3	11213	Administração de Vendas	60	4		-
16	3	11418	Estatística Aplicada	60	4		-
17	3	11803	Técnicas de Negociação e de Compra e Venda	60	4		1
18	3	11421	Negócios Eletrônicos	60	4		-
19	4	11804	Análise, Concessão de Crédito e Técnicas de Cobrança	60	4		-
20	4	11217	Empreendedorismo	60	4		1
21	4	11238	Elaboração e Análise de Projetos	60	4		-
22	4	11223	Pesquisa Mercadológica	60	4		-
23	4	11151	Economia e Mercado	60	4		-
24	4	11221	Marketing de Relacionamento	60	4		-
25	5	11805	Técnicas de Exposição de Produtos e Visual Merchandising	60	4		-
26	5	11220	Marketing Estratégico	60	4		1
27	5	11806	Gestão da Comunicação e Merchandising Empresarial	60	4		-
28	5	11514	Diagnóstico da Área Comercial	60	4		-
TOTAL				1680			

GRUPO 2 - COMPONENTES EXTRAS

Sequência	Período semestral	Código	Nome	Carga horária	Créditos financeiros	Requisitos	Notas
29	-	11354	Língua Brasileira de Sinais - Libras	60	4	-	-

OBSERVAÇÕES:

- Para colar grau, o acadêmico deverá integralizar todos os componentes da matriz curricular, totalizando 1680 horas.
- Recomenda-se que o acadêmico procure a Coordenação de Curso, antes de efetuar a matrícula, e realize a "Orientação para a matrícula".

Notas Explicativas:

- Para mais informações sobre as Atividades Complementares, o acadêmico deverá consultar o Portal do Aluno.
- a. Para colar grau, o acadêmico deverá integralizar todos os componentes do grupo 1, totalizando 1680 horas.
- b. Para obter a certificação em "Assistente Administrativo de Vendas", o acadêmico deverá integralizar todos os componentes obrigatórios dos períodos semestrais 1 e 2.
- c. Para obter a certificação em "Analista de Mercado, Crédito e Cobrança", o acadêmico deverá integralizar todos os componentes

obrigatório. Av. Osvaldo Martins Rangel, 4500 (ERS 115) - CP 84 - CEP 95612-150 Taquara/RS - (51) 3541.6600 - www.faccat.br

1 - Componente curricular com 60 horas integralizadas em atividades extensionistas.

7.2 Detalhamentos dos Componentes Curriculares

Mantenha esta formatação para digitar o texto, mantenha esta formatação para digitar o texto, mantenha esta formatação para digitar o texto, mantenha esta formatação para digitar o texto, mantenha esta formatação para digitar o texto.

Quadro: Detalhamento dos Componentes Curriculares



Faculdades Integradas de Taquara

Recredenciada pela Portaria MEC nº 1.072, de 26/12/74, D.O.U. de 29/12/14, Seção 1, p. 7.
Mantida pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste – FEEIN CNPJ 97.763.593/0001-80.

Curso	Semestre	Componentes Curriculares	Subdimensionamento das Componentes Curriculares															
			Carga Horária			ÁREA Necessária	Módulo de Aplicação		Nº de Cursos Paralelos	Carga horária/Estu- dante de qualquer curso	Carga Institucional	T.U.	Fórmula	Fórmula aplicada para cálculo de carga horária total	F.F. Respostas	Cálculo	Nota Final	
			Teórica	Prática	Totais		Presencial (Presencial)	Distância										
1º	1	Fundamentos de Teoria Administrativa	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Programa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Atividade de Aprendizagem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Trabalho de Conclusão de Curso	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	2	Fundamentos de Gestão de Recursos	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2º	3	Fundamentos de Marketing	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Exercício de Atividade em Grupo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	4	Constituição Institucional	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Gratificação de Trabalho	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	5	Gratificação de Trabalho e Logística	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Componentes de Consumo e de Consumo Organizacional	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3º	6	Matemática Comercial e Financeira	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Gratificação de Trabalho	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	7	Gratificação de Trabalho	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Estadística Aplicada	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	8	Técnicas de Negociação e em Comércio Exterior	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Trabalho de Conclusão de Curso	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4º	9	Administração de Recursos Humanos	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Gratificação de Trabalho	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	10	Empreendedorismo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Estudos e Análise de Projetos	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	11	Projetos Estratégicos	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Economia e Mercado	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	Marketing de Relacionamento	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Subtotal	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
5º	13	Técnicas de Gestão de Projetos e Visual Merchandising	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Gratificação de Trabalho	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	14	Marketing Estratégico	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Gratificação de Trabalho e Merchandising Empresarial	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	Trabalho de Conclusão de Curso	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Subtotal	60	0	60	60	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL			1.140	0	1.140	1.140	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Link com infos completas:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1G0WhDdLqUsk71Yj2mzeX5Rk9HULhn6de/edit?usp=share_link&ouid=107676501305285769394&rtpof=true&sd=true

Resumo da Identificação da carga horária dos Componentes Curriculares:

Resumo	Carga Horária Total
Carga Horária Teórica	1380
Carga Horária Prática	0
Carga Horária Teórica + Prática	1380
Carga Horária de Extensão	240
TCC (Diagnóstico da Área Comercial)	60
Estágio Obrigatório	0
Atividades Complementares	0
Carga Horária Total do Curso	1680

7.3 Quadro Demonstrativo da Coerência entre as Competências e a Matriz Curricular

A junção entre teoria e prática se instrumentaliza pela matriz curricular do curso de Gestão Comercial, disponível no anexo XXX e se resume ao resultado de um trabalho coletivo, oportunizando a todos, o envolvimento e protagonismo nesta construção. Ao mesmo tempo, pretende-se desenvolver competências, habilidades e atitudes, mobilizando e articulando conhecimentos, valores e emoções. Junto a isso, assegurar aprendizagens essenciais para a formação integral e integradora de cidadãos autônomos, colaborativos, protagonistas, comprometidos e capazes de atuar com ética, competência, dignidade e responsabilidade na sociedade em que vivem.

7.4 Processo Avaliativo dos Componentes Curriculares

A avaliação é parte integrante do processo de formação, uma vez que possibilita aferir os resultados alcançados, considerando as competências a serem constituídas, identificando mudanças de percurso eventualmente necessárias e diagnosticando lacunas a serem superadas. Nesse sentido, pensar em avaliação da aprendizagem, no contexto institucional, significa considerar a tomada de decisões direcionadas a melhorar o processo de ensinagem.

A Faccat fundamenta a avaliação sob a perspectiva formativa, que consiste na prática da avaliação durante o processo de ensinagem, com a finalidade de melhorar as aprendizagens em curso, conforme Perrenoud (1999). Ela leva o professor a observar os alunos e compreender melhor seus funcionamentos, de modo a ajustar, de maneira sistemática e individualizada, suas intervenções pedagógicas e as situações didáticas que propõe — tudo isso na expectativa de otimizar as aprendizagens. Essa concepção situa-se abertamente na perspectiva de uma regulação intencional, cuja intenção seria determinar, ao mesmo tempo, o caminho já percorrido pelo discente e aquele que resta a percorrer, com objetivo de intervir para otimizar os processos de aprendizagem em curso.

Para Anastasiou (2004, p.123),

Praticar a avaliação em processo, a avaliação formativa, significa ajustar também os critérios à ação, incluir os alunos para assumirem, junto com o professor, os riscos das decisões tomadas: alunos e professores com o mesmo compromisso de realizar a conquista do conhecimento no mais alto grau possível, na complexidade e na incerteza em que o processo de conhecer se apresenta, com rigor e exigência, mas que não exclui nenhum dos alunos, porque o pacto pela aprendizagem é coletivo.

A avaliação, sob essa perspectiva, qualifica o processo de ensinagem, buscando a ampliação da autonomia, da crítica, da ética e da responsabilidade do aluno, que é o objetivo maior do processo pedagógico e que precisa estar presente

em todos os momentos desse processo de avaliação. Corroborando com a ideia de avaliação formativa, Anastasiou (2004, p.126) afirma:

A avaliação formativa consiste na prática da avaliação contínua realizada durante o processo de ensino e aprendizagem, com a finalidade de melhorar as aprendizagens em curso, por meio de uma regulação permanente. Professores e alunos estão empenhados em verificar o que se sabe, como se aprende e o que não se sabe para indicar os passos a seguir, o que favorece o desenvolvimento do aluno na prática de aprender a aprender.

Entendida por esse prisma, descrito por Anastasiou, a avaliação não deve ser um fim em si mesma, mas ser utilizada como ferramenta para identificar os diferentes níveis de aprendizagem e reorientar as ações de docentes e discentes, de maneira que possibilite o resgate antecipado do processo de exclusão.

Seguindo essa concepção, a Faccat está consolidando o processo avaliativo numa perspectiva formativa e superando, mas não extinguindo, a avaliação somativa, por si só. Rever a operacionalização dos registros foi necessária, e desde 2015, por meio das formações docentes e em conjunto com os Coordenadores de Curso, incentiva-se a reflexão das práticas institucionais, as trocas de experiências entre pares e o compartilhamento de práticas exitosas e/ou inovadoras.

- Destacar as especificidades da avaliação, de acordo com os componentes curriculares, no campo “**Especificidades do Componente Curricular**”, no ementário.
-

7.5 Atividades Complementares

A Resolução CNE/CP nº 3/2002, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia não prevê a oferta das atividades complementares. Nesse sentido, **a opção foi pela não oferta das atividades complementares** no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

Entretanto, considerando o disposto na Lei nº 9.394/1996, que estimula e valoriza conhecimentos adquiridos através de estudos e práticas independentes que qualificam o perfil profissional dos cursos, a Faccat, por meio do Conselho Superior Acadêmico e Administrativo, definiu as diretrizes institucionais relativas a essas Atividades, que poderão ser realizadas pelos acadêmicos que desejam enriquecer sua formação. São objetivos das Atividades Complementares:

- I. complementar os conhecimentos propostos no projeto pedagógico do curso;
- II. reconhecer competências, habilidades e conhecimentos adquiridos fora do ambiente escolar;
- III. estimular a prática de estudos independentes para atualização profissional;
- IV. ampliar os horizontes do conhecimento bem como sua prática além da sala de aula;
- V. favorecer o relacionamento e a convivência com as diferenças sociais;
- VI. articular a teoria e a prática;
- VII. articular a pesquisa básica e a pesquisa aplicada; e
- VIII. promover o relacionamento do estudante com a realidade social, econômica e cultural.

Partindo do princípio de que as pessoas aprendem o que realmente precisam saber, ou seja, o adulto busca aprendizagem para a aplicação prática na vida diária, esta proposta do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, pretende desenvolver as orientações e ações elencadas abaixo, enriquecendo as atividades do curso:

- a) Orientação para que o docente agregue ao conteúdo teórico um estreito relacionamento com a prática;
- b) Benchmarking corporativo – visitas técnicas a empresas locais e regionais;
- c) Oficinas;
- d) Orientação acadêmica e profissional;
- e) Semana acadêmica;
- f) Monitorias;
- g) Cursos de nivelamento;
- h) Bolsas de iniciação científica;
- i) Mostra de iniciação científica;
- j) Banco de talentos;
- k) Atividades de intercâmbio;
- l) Clube de investimentos;
- m) Academia de líderes;
- n) Ações de responsabilidade social.

Além disso, o estágio não-obrigatório pode ser considerado como uma atividade complementar de ensino podendo ser realizado em qualquer semestre letivo, desde que o aluno esteja regularmente matriculado.

7.6 Estágio

A Resolução CNE/CP nº 3/2002, proíbe apenas o cômputo da carga horária do estágio e do TCC (**que não são obrigatórios**) na carga horária mínima dos cursos. Nesse sentido, os seus termos são claros, como se vê a seguir:

Art. 4º Os cursos superiores de tecnologia são cursos de graduação, com características especiais, e obedecerão às diretrizes contidas no Parecer CNE/CES 436/2001 e conduzirão à obtenção de diploma de tecnólogo.

(...)

§ 2º A carga horária mínima dos cursos superiores de tecnologia será acrescida do tempo destinado a estágio profissional supervisionado, quando requerido pela natureza da atividade profissional, bem como de eventual tempo reservado para trabalho de conclusão de curso.

Assim, o presente Projeto Pedagógico de Curso (PPC) **não prevê estágio obrigatório** no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

O PPC do Curso prevê, nos termos da Lei 11.788/2008, a possibilidade de realização de Estágio não-obrigatório, considerado como um procedimento didático- pedagógico e ato educativo, é essencialmente uma atividade opcional acrescida à carga horária regular e obrigatória, integrado a sua proposta pedagógica, de maneira a contribuir no processo educacional, possibilitando ao aluno a complementação de sua formação profissional, desenvolvendo

habilidades e aplicando conceitos teóricos em situação de realidade, de maneira a inseri-lo no mercado de trabalho.

O aluno que realizar o estágio não-obrigatório terá a carga horária deste acrescida à carga horária prevista para o curso. O estágio não-obrigatório está regulamentado na Faccat como uma atividade complementar de ensino podendo ser realizado em qualquer semestre letivo, desde que o aluno esteja regularmente matriculado.

7.7 Trabalho de Conclusão de Curso

A avaliação é parte integrante do processo de formação, uma vez que possibilita aferir os resultados alcançados, considerando as competências a serem constituídas, identificando mudanças de percurso eventualmente necessárias e diagnosticando lacunas a serem superadas. Nesse sentido, pensar na avaliação da aprendizagem, no contexto institucional, significa considerar a tomada de decisões direcionadas a melhorar o processo de ensinagem.

A Faccat fundamenta a avaliação sob a perspectiva formativa, que consiste na prática da avaliação durante o processo de ensinagem, com a finalidade de melhorar as aprendizagens em curso, conforme Perrenoud (1999). Ela leva o professor a observar os alunos e compreender melhor seus funcionamentos, de modo a ajustar, de maneira sistemática e individualizada, suas intervenções pedagógicas e as situações didáticas que propõe — tudo isso na expectativa de otimizar as aprendizagens. Essa concepção situa-se abertamente na perspectiva de uma regulação intencional, cuja intenção seria determinar, ao mesmo tempo, o caminho já percorrido pelo discente e aquele que resta a percorrer, com objetivo de intervir para otimizar os processos de aprendizagem em curso.

Para Anastasiou (2004, p.123),

Praticar a avaliação em processo, a avaliação formativa, significa ajustar também os critérios à ação, incluir os alunos para assumirem, junto com o professor, os riscos das decisões tomadas: alunos e professores com o mesmo compromisso de realizar a conquista do conhecimento no mais alto grau possível, na complexidade e na incerteza em que o processo de conhecer se apresenta, com rigor e exigência, mas que não exclui nenhum dos alunos, porque o pacto pela aprendizagem é coletivo.

A avaliação, sob essa perspectiva, qualifica o processo de ensinagem, buscando a ampliação da autonomia, da crítica, da ética e da responsabilidade do aluno, que é o objetivo maior do processo pedagógico e que precisa estar presente em todos os momentos desse processo de avaliação. Corroborando com a ideia de avaliação formativa, Anastasiou (2004, p.126) afirma:

A avaliação formativa consiste na prática da avaliação contínua realizada durante o processo de ensino e aprendizagem, com a finalidade de melhorar as aprendizagens em curso, por meio de uma regulação permanente. Professores e alunos estão empenhados em verificar o que se sabe, como se aprende e o que não se sabe para indicar os passos a seguir, o que favorece o desenvolvimento do aluno na prática de aprender a aprender.

Entendida por esse prisma, descrito por Anastasiou, a avaliação não deve ser um fim em si mesma, mas ser utilizada como ferramenta para identificar os diferentes níveis de aprendizagem e reorientar as ações de docentes e discentes, de maneira que possibilite o resgate antecipado do processo de exclusão.

Seguindo essa concepção, a Faccat está consolidando o processo avaliativo numa perspectiva formativa e superando, mas não extinguindo, a avaliação somativa, por si só. Rever a operacionalização dos registros foi necessária, e desde 2015, por meio das formações docentes e em conjunto com os Coordenadores de Curso, incentiva-se a reflexão das práticas institucionais, as trocas de experiências entre pares e o compartilhamento de práticas exitosas e/ou inovadoras.

- Destacar as especificidades da avaliação, de acordo com os componentes curriculares, no campo “**Especificidades do Componente Curricular**”, no ementário.

7.7.1 Objetivos

- a) Complementar o processo ensino-aprendizagem, através da conscientização das deficiências individuais e incentivar a busca do aprimoramento pessoal e profissional.
- b) Proporcionar ao acadêmico a oportunidade de desenvolver a observação e a análise de situações, e propor mudanças no ambiente comercial da organização.
- c) Oportunizar a consolidação dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso.
- d) Promover a integração entre faculdade – acadêmico - comunidade empresarial.

7.7.2. Definições, estrutura e duração

O Diagnóstico da Área Comercial consiste em desenvolver uma análise, dentro do campo da Gestão Comercial, com o objetivo de colocar em prática os conhecimentos teóricos adquiridos no decorrer do curso, preparando o aluno para o exercício futuro de sua atividade profissional.

O acadêmico deverá efetuar o levantamento da situação da área/departamento/setor comercial da organização onde realizará o seu diagnóstico. Este levantamento terá como orientação os conhecimentos obtidos nas disciplinas cursadas e pesquisa bibliográfica. As técnicas a serem utilizadas nesta fase são a observação no local, entrevistas e dados obtidos na empresa.

O acadêmico irá identificar os pontos fracos e fortes da área comercial da organização e, com base nesses pontos, salientará um ou mais problemas identificados no diagnóstico. Cabe destacar que não é qualquer assunto que justifica a realização do estudo. Alguns assuntos necessitam apenas reflexão ou troca de ideias, não justificando sua escolha para o foco de pesquisa para o Diagnóstico da Área Comercial. O assunto deve possuir importância teórica e prática, adequada à qualificação do aluno e deve ser delimitado com precisão, permitindo a pesquisa bibliográfica profunda.

O Diagnóstico da Área Comercial, ao final, deverá ser entregue na forma de um artigo científico contendo, essencialmente, Fundamentação Teórica; Diagnóstico; Metodologia de Pesquisa e a Proposta de Melhoria e/ou Plano de Ação. O Diagnóstico da Área Comercial deverá ser realizado juntamente com o quinto semestre do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, sendo o prazo máximo de entrega no próprio semestre.

7.7.3. Avaliação do Diagnóstico da Área Comercial

Constituirá a avaliação do diagnóstico a composição da avaliação do professor orientador representando 50% (0 a 5) do valor e 50% (0 a 5) da avaliação por uma banca avaliadora. O aluno terá 15 minutos para apresentar seu trabalho.

O acadêmico terá um prazo de 15 dias para fazer as correções sugeridas pela banca. A aprovação final estará condicionada a anuência do orientador quanto às alterações sugeridas pela banca para serem efetuadas.

O professor orientador fará sua avaliação com base nos seguintes aspectos:

- a) Interesse do aluno, cumprimento dos prazos estabelecidos e comparecimento nos encontros semanais com o professor orientador;
- b) Clareza do texto, qualidade da redação e utilização adequada de linguagem técnica;
- c) Criatividade no enfoque do tema;
- d) Referencial teórico;
- e) Encadeamento lógico no desenvolvimento dos objetivos;
- f) Autenticidade na linguagem e conteúdo;
- g) Aprofundamento do assunto;
- h) Tratamento ético do assunto;
- i) Consistência no diagnóstico.

A banca examinadora fará sua avaliação com base nos seguintes aspectos:

- a) Clareza do texto, qualidade da redação e utilização adequada de linguagem técnica;
- b) Criatividade no enfoque do tema;

- c) Referencial teórico;
- d) Encadeamento lógico no desenvolvimento dos objetivos;
- e) Autenticidade na linguagem e conteúdo;
- f) Aprofundamento do assunto;
- g) Tratamento ético do assunto;
- h) Consistência no diagnóstico.
- i) Vocabulário técnico (utilização de termos técnicos adequadamente);
- j) Conhecimento do assunto (domínio, detalhes que demonstrem pesquisa adicional, foi além do “básico”);
- k) Aplicabilidade da proposta (relevante, útil, viável).

O conceito final sobre o Diagnóstico da Área Comercial levará em consideração os aspectos mencionados acima, sendo constituído pela soma da nota do professor orientador e da nota da banca examinadora. Esta soma será expressa pelos conceitos: REPROVADO (de zero a 5,9), APROVADO (de 6,0 a 7.9), PLENAMENTE APROVADO (de 8,0 a 9,4) e APROVADO COM DISTINÇÃO (de 9,5 a 10,0).

7.7.4 Orientação do Diagnóstico da Área Comercial

A orientação do Diagnóstico da Área Comercial será realizada por professor da Faccat, nomeado pelo Coordenador do Curso de Tecnologia em Gestão Comercial, cujas atribuições serão:

- Dar detalhadamente a orientação inicial aos alunos, estabelecendo um comprometimento mútuo para o bom andamento dos trabalhos nos moldes científicos

de pesquisa, levando em consideração os aspectos metodológicos, na busca da superação do desempenho do acadêmico.

- Realizar semanalmente, ou quando necessárias reuniões com o grupo de orientandos, destinadas a proporcionar aos alunos a oportunidade de debater entre si o que estão aprendendo nas organizações e trocar ideias sobre suas experiências.
- Avaliar o diagnóstico e emitir conceito final de acordo com o estabelecido neste projeto pedagógico.

7.7.5 Interrupção do Diagnóstico da Área Comercial

O aluno que desejar suspender temporariamente a realização do seu diagnóstico deverá comunicar sua intenção ao professor orientador por escrito, justificando sua atitude. O orientador analisará cada caso e orientará o aluno sobre como proceder para a posterior retomada do diagnóstico. Cabe destacar que para retomar o Diagnóstico da Área Comercial o aluno deverá matricular-se novamente.

No momento da interrupção do diagnóstico, o professor orientador será responsável por contatar a empresa, em que o aluno estava desenvolvendo seu trabalho, para justificar a interrupção da atividade.

7.7.6 Escolha da Organização para Realização Diagnóstico da Área Comercial

Requisitos básicos e atribuições:

- a) O diagnóstico será desenvolvido na área comercial de uma organização.
- b) O aluno poderá realizar o diagnóstico na própria organização em que trabalha, desde que:
 - b.1 Receba a necessária aprovação do professor orientador para fazê-lo.

b.2 A organização ofereça as condições de trabalho necessárias e permita-lhe desenvolver um programa de acordo com o exigido pela Faccat.

b.3 O Diagnóstico da Área Comercial possa ser desenvolvido na área comercial da organização.

b.4 As organizações ou instituições em que será desenvolvido o diagnóstico devem oferecer condições ao estudante para o pleno desenvolvimento do seu trabalho.

c) Aluno realiza, se desejar, estágio profissional não obrigatório dentro de uma organização:

c.1 Emitir uma Declaração de Estágio não obrigatório (Anexo E);

c.2 Solicitar para o representante legal da organização o preenchimento, assinatura e o uso do carimbo da organização na Declaração de Estágio em 2 vias, comprovando que o aluno é estagiário da organização e possui anuência dela para realização do Diagnóstico da Área Comercial.

7.8 Temas transversais

A abordagem transversal, prevista no PPI e PDI, das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT, prevê o desenvolvimento de ações (prática, programas, projetos, componentes curriculares, atividades complementares, e demais ações de ensino, pesquisa e extensão) alinhadas aos eixos transversais da Responsabilidade Social, Inovação e Empreendedorismo.

No que tange a responsabilidade social, a FACCAT, a observa como uma política de gestão integral e transversal que perpassa o ensino, a pesquisa, a extensão, nas interfaces com a comunidade acadêmica, a sociedade e o meio ambiente. Apoiada

em quatro eixos: formação profissional responsável; campus responsável; gestão social do conhecimento; e participação social. Além dos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), propostos pela Organização Mundial das Nações Unidas (ONU).

Promovendo, assim, a inclusão social, o desenvolvimento econômico e social, a melhoria da qualidade de vida, da infraestrutura urbana/local, a inovação social, a defesa e promoção dos direitos humanos e igualdade étnico-racial e de gênero. Observando a diversidade, educação ambiental, memória cultural, produção artística, patrimônio cultural e dignidade humana.

Ciente de seu papel para o desenvolvimento regional, por meio de pessoas, a FACCAT assume a Inovação e o Empreendedorismo como uma política transversal que perpassa o ensino, a pesquisa, a extensão e a gestão, desenvolvendo no perfil do profissional de Tecnologia em Gestão Comercial uma postura proativa, crítica, autônoma, reflexiva, criativa e responsável, na busca de soluções assertivas às demandas da sociedade.

Deste modo, o ensino baseado na interdisciplinaridade proporciona uma aprendizagem muito mais estruturada e rica, pois os conceitos estão organizados em torno de unidades mais globais, de estruturas conceituais e metodológicas compartilhadas por várias disciplinas.

Com o objetivo de formação de profissionais com visão global do conhecimento, foi concebido um sistema de aprendizado com enfoque interdisciplinar. Mais que a elaboração de um plano de ensino abarcando áreas de conhecimentos afins, o mesmo foi gerado diretamente ligado à realidade e não simplesmente através da transmissão de conhecimentos. O Diagnóstico da Área Comercial tem por objetivo permitir ao aluno, através da vivência em empresas ou através da construção de pesquisas, consolidar e aplicar os

conhecimentos adquiridos ao longo do curso, criando um ambiente propício à aplicabilidade do conhecimento acadêmico ao mercado e à sociedade.

A proposta de ensino está focada na elaboração de planos de disciplinas com enfoque interdisciplinar, proporcionando ao acadêmico uma compreensão da realidade a partir de sua inserção em projetos de pesquisa e pós-graduação (como bolsista de iniciação científica) e extensão. Sua implementação está direcionada na concepção de uma metodologia de ensino, pesquisa e extensão apropriada, na discussão e integração dos programas das disciplinas das diferentes áreas e na elaboração de projetos que abarquem demandas regionais do ponto de vista de gestão e, mais abrangente, de geração de emprego e renda.

A forma de realização da interdisciplinaridade foi concebida tendo 04 eixos de ação, apresentados a seguir:

- Discussão prévia dos programas de disciplinas em cada semestre letivo com o objetivo de elaboração de atividades que contemplem mais de duas disciplinas, a serem desenvolvidas pelos alunos onde estes exercitam na prática, uma integração de áreas de conhecimentos afins.
- Trabalhando as disciplinas em contextos que tenham significado para o aluno e possam mobilizá-lo a aprender, num processo ativo, ou seja, vincular o conhecimento à sua origem e à sua aplicação.
- No desenvolvimento de disciplinas específicas onde a interdisciplinaridade é inerente, tais como: Pesquisa Mercadológica, Marketing Estratégico, Economia e Mercado, entre outras.
- No desenvolvimento de atividades de visitas técnicas e atividades vivenciais.

Propõe-se ao educando, além da carga de conhecimento e troca de experiências, estimular potencialmente não só a cultura, mas o desejo pelo saber e questionar objetivamente o crescimento individual e da sociedade onde se insere.

Como interdisciplinaridade entende-se a atitude de mudança na percepção do conhecimento como um todo interdependente e interagente em contraposição ao conhecimento mecânico. Foi este entendimento que norteou a construção do presente Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial com base no PDI da Instituição.

7.9 Curricularização da Extensão

Inicialmente, cabe destacar que esta abordagem tem sido cada vez mais valorizada como uma forma de promover uma formação mais ampla e integrada, que inclua não apenas o ensino e a pesquisa, mas também a extensão. Isso porque a extensão universitária é uma atividade que tem como objetivo levar o conhecimento produzido na universidade para a sociedade, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e para o desenvolvimento sustentável do país.

Ao incluir a extensão como parte do currículo acadêmico, os estudantes têm a oportunidade de vivenciar a prática da extensão desde o início da sua formação, o que pode contribuir para o seu desenvolvimento pessoal e profissional. Além disso, a curricularização da extensão pode incentivar uma maior participação dos estudantes em projetos de extensão, aumentando assim o impacto social das atividades desenvolvidas pela universidade.

Vale ressaltar que a curricularização da extensão não deve ser vista como uma obrigação ou uma carga adicional para os estudantes, mas sim como uma oportunidade de aprendizado e de contribuição para a sociedade. É importante que as atividades de extensão estejam integradas de forma coerente com o currículo acadêmico e que sejam valorizadas tanto pelos estudantes quanto pela universidade.

Nesse sentido, a extensão, como parte integrante da tríade fundamental e indissociável para a formação acadêmica, junto ao ensino e a pesquisa, tem papel importante na relação da FACCAT com a comunidade, facilitando a ligação da sociedade com o mundo acadêmico e promovendo uma formação voltada para as questões da sociedade moderna.

A inserção do acadêmico na comunidade, além de proporcionar a conexão com diferentes realidades, possibilita que o aluno identifique os problemas e os anseios que emergem desse contexto, reflita sobre as formas de intervenção, planeje e atue nos processos sociais, por meio de ações interdisciplinares e interprofissionais, contribuindo para o seu desenvolvimento.

Partindo da identificação das necessidades e agindo em sua área de atuação, conjuntamente com acadêmicos de outros cursos, é possível que tais intervenções ocorram de diferentes formas, conforme a complexidade da situação identificada, por meio de programas, projetos e ações, proporcionando uma formação cidadã e o compromisso, do acadêmico, com a transformação social.

A curricularização da extensão, no âmbito das Faculdades Integradas de Taquara/FACCAT, atendendo ao PPI e com base nas Resoluções do Conselho Nacional de Educação - CES Nº 07/2018 e na Resolução do Conselho Superior Acadêmico e Administrativo da FACCAT/CSAA Nº 07/2021, deve pautar-se pela regionalidade, interação e relações comunitárias atendendo, no mínimo, 10% da carga horária dos cursos de graduação, integradas à matriz curricular e detalhadas no Projeto Pedagógico de Curso (PPC).

No entanto, a proposta de curricularização da extensão estará subordinada aos Programas Institucionais de Extensão em Desenvolvimento Regional e Inclusão Social, sob o acompanhamento da Coordenação de Curso e seu colegiado, observando a Resolução CSAA nº 07/2021.

A curricularização da extensão do curso de Tecnologia em Gestão Comercial

alinha-se às concepções do PPI, bem como das resoluções CNE/CES nº 07/2018 e CSAA nº 07/2021. De forma a desenvolver a relação entre a práxis, teoria e prática reflexiva, não como objeto estático.

Após apresentação e discussão das propostas dos novos currículos, optou-se por iniciar, de maneira gradativa, a implementação da curricularização da extensão por meio da Resolução do Conselho Superior Acadêmico e Administrativo da FACCAT/CSAA Nº 01/2022, que estabelece as normas para a inserção da extensão nos currículos dos Cursos de Graduação das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT, vislumbrando um processo adaptativo e de aprendizagem institucional. Deste modo, buscou-se relacionar as Unidades Curriculares Extensionistas - UCEs do curso e as respectivas cargas horárias extensionistas de forma a evidenciar o total de horas/percentual necessário, atendendo ao percentual mínimo de 10% de sua carga horária total.

Ou seja, a operacionalização não apenas das competências técnicas da formação profissional do tecnólogo, mas também expressar as competências científicas, tecnológicas, culturais e humanísticas, necessárias à formação de profissionais comprometidos eticamente com o desenvolvimento e a transformação da sociedade.

Ao mesmo tempo, intenta romper com o enfoque disciplinar e sequenciado, ao habilitar a criação de novos espaços de aprendizagem, nos quais a articulação entre teoria e prática possibilitam a ampliação do horizonte de conhecimento e visão crítica do discente. Basicamente, o curso se divide em disciplinas que possuem 60 horas, nos quais os componentes utilizam metodologias e estratégias de ensino e de aprendizagem. A fim de instrumentalizar a prática acadêmica, três disciplinas compõem a parte prática por completo, sendo elas: a) Gestão de Serviços; b)

Técnicas de Negociação e de Compra e Venda; c) Empreendedorismo e d) Marketing Estratégico, que totalizam 240 horas (14,29% da carga horária total) e permeiam discussões da realidade nas organizações, seja por visitas técnicas, participação de empresários e egressos em sala de aula, organização de oficinas, estudos de casos empresariais, dentre outros, conforme definido nos planos de ensino.

Ao mesmo tempo, são requeridas disciplinas com a referida carga horária justamente para que se possa validar o tempo em que o estudante estará envolvido na pesquisa empírica que fará em organizações, visando obter um banco de dados que lhe permita analisar e propor planos de intervenção no meio organizacional. O desenvolvimento destas atividades no ambiente das organizações é mediado pelo professor, via ambiente virtual de aprendizagem na modalidade assíncrona, representada pelos Trabalhos Efetivos Discentes (TEDs). Como comprovação, os resultados parciais ficam armazenados na página correspondente da disciplina no Google Classroom, formalizando assim o cumprimento dessa carga horária além dos 20 turnos regulares de aula previstos para uma disciplina de 60 horas.

7.6.1 Estágio Obrigatório

Compreende-se por Estágio Obrigatório as atividades profissionais previstas no Projeto Pedagógico do Curso, que devem ser realizadas no mundo do trabalho, nas quais sejam aplicadas as competências desenvolvidas no decorrer do processo formativo do estudante, com a orientação de docente da instituição de ensino e supervisão de profissional da unidade concedente, e em consonância com as Diretrizes Curriculares Nacionais, cuja carga horária total vivenciada é requisito para aprovação e obtenção de diploma, ou seja, .

Para a realização do Estágio Obrigatório, é imprescindível a entrega do Termo de Compromisso de Estágio e o Plano de Atividades, impreterivelmente, no início do semestre em que ocorrerá o estágio. Ao final do semestre, o acadêmico deverá entregar a Ficha de Acompanhamento (frequência) e o Relatório Final no formato digital (PDF), para o professor responsável.

Os modelos de documentos institucionais a serem utilizados e o fluxo do processo serão disponibilizados pelo professor responsável pelo estágio.

→ Detalhar especificidades do Estágio Obrigatório do Curso.

→ Não se aplica ao TGC.

7.6.2 Estágio Não-Obrigatório

O estágio tem por finalidade complementar a formação do estudante por meio de atividades práticas. Desse modo, o estudante tem a possibilidade de concretizar os ensinamentos teóricos recebidos na instituição de ensino, preparando-se para o ingresso no mercado de trabalho.

Nos termos da Lei nº 11.788/2008, estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho e poderá ser obrigatório ou não obrigatório, conforme determinação das diretrizes curriculares e do projeto pedagógico do curso.

Estágio obrigatório é “aquele definido como tal no projeto do curso, cuja carga horária é requisito para aprovação e obtenção de diploma”. Já o estágio não obrigatório é “aquele desenvolvido como atividade opcional, acrescida à carga horária regular e obrigatória”. Assim, o estágio não-obrigatório igualmente representa uma forma de aprendizado, sendo, no entanto, de livre escolha do acadêmico.

Junto ao curso de Gestão Comercial há possibilidade de realização de estágio não-obrigatório pelo acadêmico, observadas as disposições contidas na Lei

nº 11.788/2008, que trata dos estágios de estudantes.

7.10 Flexibilização

A flexibilização nas Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT, de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais, estabelecidas no Parecer CNE/CES 776/97 e ratificadas pelo Parecer CNE/CES N° 67/2003, visa a maior autonomia institucional no que tange a definição de currículos e seus componentes. De forma, a flexibilizar o tempo de duração do curso de Tecnologia em Gestão Comercial, de acordo com a disponibilidade e esforço do discente.

A flexibilização auxilia no processo contínuo da educação permanente, no qual a instituição, em suas propostas de curso, pode adequar-se às demandas sociais, do meio e aos avanços científicos e tecnológicos. Bem como, proporciona ao discente maior autonomia e protagonismo no percurso de sua formação.

Cumprir destacar que a flexibilização oportuniza, ao curso de Tecnologia em Gestão Comercial, o atendimento às demandas da educação inclusiva, visto que o espectro da acessibilidade metodológica prevê processos de diversificação curricular e flexibilização do tempo.

No âmbito da Instituição FACCAT estão previstos elementos de flexibilização que poderão ser adotados, pelo curso de Tecnologia em Gestão Comercial, como: atividades complementares; tópicos avançados, estudos independentes, projetos ou seminários; mobilidade acadêmica; adaptação curricular para acadêmicos com deficiência de qualquer natureza, conforme previsto no Programa de Acessibilidade e Práticas Inclusivas Institucionais; e programas e projetos de extensão universitária.



7.8.1 Quadro de identificação dos componentes que contemplam os requisitos legais e normativos

Requisito	Ato	Atendimento
Língua Brasileira de Sinais – Libras	Lei nº 10.436/2002	Disciplinas Eletiva de Libras
	Decreto nº 5.626/2005	Disciplinas Eletiva de Libras
Condições de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida	Decreto nº 5.296/2004	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial
	Decreto nº 7.611/2011	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial



Faculdades Integradas de Taquara

Recredenciada pela Portaria MEC nº 1.072, de 26/12/74, D.O.U. de 29/12/14, Seção 1, p. 7.

Mantida pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste – FEEIN CNPJ 97.763.593/0001-80.

Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e	Resolução CNE/CP nº 1/2004	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial
Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena.	Parecer CNE/CP nº 3/2004	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial
	Lei nº 10.639/2003	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial

	Lei 11.645/2008	nº	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial
Políticas de Educação Ambienta 1	Lei 9.795/1999	nº	Disciplina de Gestão Ambiental e Responsabilidade Social
	Decreto 4.281/2002	nº	Disciplina de Gestão Ambiental e Responsabilidade Social
	Parecer CNE/CP nº 14/2012		Disciplina de Gestão Ambiental e Responsabilidade Social
	Resolução CNE/CP nº 2/2012		Disciplina de Gestão Ambiental e Responsabilidade Social

Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos	Parecer CNE/CP nº 8/2012	Disciplina de Gestão Ambiental e Responsabilidade Social
	Resolução CNE/CP nº 1/2012	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial
Proteção dos Direitos do Idoso	Lei nº 10.741/2003	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial
Proteção dos Direitos da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista	Lei nº 12.764/2012	Disciplina de Fundamentos em Gestão de Pessoas e Filosofia e Ética Empresarial
	Decreto nº 8.368/2014	Disciplina de Fundamentos em Gestão de Pessoas e Filosofia e Ética Empresarial
Código de Trânsito Brasileiro	Lei 9.503/1997	Disciplina de Filosofia e Ética Empresarial



Faculdades Integradas de Taquara

Recredenciada pela Portaria MEC nº 1.072, de 26/12/74, D.O.U. de 29/12/14, Seção 1, p. 7.

Mantida pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste – FEEIN CNPJ 97.763.593/0001-80.

Pluralidade étnica e cultural da sociedade brasileira	Lei 12.288/2010	Disciplina Filosofia e Ética Empresarial
Combate a incêndio e desastres nos cursos de Engenharia, Arquitetura e Tecnológicos	Lei 13.425/2017	
Voluntariado	Parecer CP 05/2018 e Resolução CP 02/2018	Disciplina de Gestão Ambiental e Responsabilidade Social



Faculdades Integradas de Taquara

Recredenciada pela Portaria MEC nº 1.072, de 26/12/74, D.O.U. de 29/12/14, Seção 1, p. 7.

Mantida pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste – FEEIN CNPJ 97.763.593/0001-80.

Inserção da Extensão na matriz curricular	Resolução CES 07/2018	Gestão de Serviços; Técnicas de Negociação e de Compra e Venda; Empreendedorismo e Marketing Estratégico
Política Nacional sobre Drogas	Decreto 9.761/2019	Disciplina de Fundamentos em Gestão de Pessoas e Filosofia e Ética Empresarial



Faculdades Integradas de Taquara

Recredenciada pela Portaria MEC nº 1.072, de 26/12/74, D.O.U. de 29/12/14, Seção 1, p. 7.

Mantida pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste – FEEIN CNPJ 97.763.593/0001-80.



Faculdades Integradas de Taquara

Recredenciada pela Portaria MEC nº 1.072, de 26/12/74, D.O.U. de 29/12/14, Seção 1, p. 7.

Mantida pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste – FEEIN CNPJ 97.763.593/0001-80.

7.9 Curricularização da Extensão

A extensão, como parte integrante da tríade fundamental e indissociável para a formação acadêmica, junto ao ensino e a pesquisa, tem papel importante na relação da FACCAT com a comunidade, facilitando a ligação da sociedade com o mundo acadêmico e promovendo uma formação voltada para as questões da sociedade moderna.

A inserção do acadêmico na comunidade, além de proporcionar a conexão com diferentes realidades, possibilita que o aluno identifique os problemas e os anseios que emergem desse contexto, reflita sobre as formas de intervenção, planeje e atue nos processos sociais, por meio de ações interdisciplinares e interprofissionais, contribuindo para o seu desenvolvimento.

Partindo da identificação das necessidades e agindo em sua área de atuação, conjuntamente com acadêmicos de outros cursos, é possível que tais intervenções ocorram de diferentes formas, conforme a complexidade da situação identificada, por meio de programas, projetos e ações, proporcionando uma formação cidadã e o compromisso, do acadêmico, com a transformação social.

A curricularização da extensão, no âmbito das Faculdades Integradas de Taquara/FACCAT, atendendo ao PPI e com base nas Resoluções do Conselho Nacional de Educação - CES Nº 07/2018 e na Resolução do Conselho Superior Acadêmico e Administrativo da FACCAT/CSAA Nº 07/2021, deve pautar-se pela regionalidade, interação e relações comunitárias atendendo, no mínimo, 10% da carga horária dos cursos de graduação, integradas à matriz curricular e detalhadas no Projeto Pedagógico de Curso (PPC).

No entanto, a proposta de curricularização da extensão estará vinculada aos Programas Institucionais de Extensão em Desenvolvimento Regional e Inclusão Social, sob o acompanhamento da Coordenação de Curso e seu colegiado,

observando a Resolução CSAA nº 07/2021.

Itinerários Extensionista do Curso

Considerando a universalização da participação discente nos currículos dos cursos de graduação da Faccat, as práticas extensionistas do curso de Gestão Comercial foram dimensionadas em 240 horas, ou seja, 14% da carga horária total do curso, em atendimento às Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira, estabelecidas pela Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018. A concepção que orienta o fazer extensionista, articulado à iniciação científica e ao ensino, é crítico-reflexiva, interdisciplinar e interprofissional, sociocultural, científica e tecnológica, objetivando promover um processo educativo situado, significativo e transformador, em interação com outros setores da sociedade

Dada sua concepção predominantemente prática neste PPC, e em observância às recomendações das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), as atividades de extensão estarão vinculadas aos Programas Institucionais de Desenvolvimento Regional e Inclusão Social vinculados aos Componentes Curriculares Extensionistas, tendo-se como orientação as seguintes disciplinas:

Curso: Gestão Comercial	Carga Horária Total	1680
Disciplina	Carga Horária	%
Marketing Estratégico	60	4%
Empreendedorismo	60	4%
Gestão de Serviços	60	4%

Técnicas de Negociação e de Compra e Venda	60	4%
Total	240	14%

Nesse contexto, orientados pelo diálogo com os atores sociais, pela análise dos indicadores da região de inserção da IES e pela efetiva interconexão com as políticas públicas, acadêmicos, orientados por docentes, desenvolverão um conjunto de ações processuais e contínuas, organicamente concertadas aos Programas Institucionais da Faccat, com objetivos específicos e prazos determinados. Nessa conjuntura, em diálogo com a Política Nacional de Extensão (FORPROEX, 2012), as linhas de trabalho que orientarão as ações extensionistas no curso abrangem, prioritariamente, o desafio de desenvolver competências que o habilitem para o exercício da profissão de gestor comercial. Ou seja, terá condições de realizar a aplicação do conhecimento prático, balizado pelas disciplinas mencionadas anteriormente, com o objetivo de atuar na análise, no planejamento, na execução, na avaliação e no gerenciamento de atividades comerciais de forma ética e profissional.

Procedimentos de Ensino

A Aprendizagem Baseada em Projetos fundamenta a prática extensionista sob um enfoque socioformativo na Faccat e suscita, a partir de diversificados cenários de aprendizagem, o diagnóstico situacional, a priorização de problemas e demandas em diálogo com os atores/coletivos implicados, a produção de conhecimentos e sua aplicação na análise e possíveis soluções dos referidos problemas ou demandas identificados a partir de devolutivas sociais. Contempla, ainda, um processo de avaliação de resultados e aprendizagens, bem como a sistematização e socialização das lições aprendidas.

Os Componentes Curriculares Extensionistas da Faccat, vinculadas ao Programas Institucionais, adotarão a metodologia de aprendizagem baseada em projetos (ABP) orientados por problemas ou demandas reais, alternando-se com momentos de aprofundamento teórico e prática em diferentes cenários.

A metodologia extensionista adotada de Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP) busca desenvolver as competências do perfil acadêmico e institucional, por meio de ações interdisciplinares e interprofissionais envolvendo diferentes cursos na proposição dos projetos, ações e serviços. Oportunizando aos acadêmicos da FACCAT trabalharem temas relevantes socialmente aplicando os conhecimentos construídos para o exercício da futura profissão, bem como, problematizando outros de forma a construir novos saberes e desenvolvendo novas competências que atendam as demandas sociais emergentes.

Assim os acadêmicos serão desafiados e desenvolverem uma postura investigativa e proativa na proposição de ações para a resolução dos problemas ou demandas sociais, por meio do diálogo, da participação e interação com os diferentes atores sociais, de forma ativa, criativa, crítica e colaborativa, a partir do olhar dos docentes orientados pelos princípios institucionais da FACCAT sob o desenvolvimento regional e a inclusão social. Com isso, o currículo acadêmico se torna um processo formativo vivo e dinâmico e conectado às realidades de inserção da Instituição.

Orientados pela Aprendizagem Baseada em Problemas os Componentes Curriculares Extensionistas operacionalizam-se a partir da organização dos grupos de trabalho e da discussão de referenciais teóricos, com os seguintes momentos ou etapas de trabalho, de acordo com o roteiro estabelecido Institucionalmente:

- a) Escopo do Projeto (diagnóstico), priorização de demandas e fundamentação teórica);
- b) Planejamento e Desenvolvimento do Plano de Ação/Projeto de Trabalho;
- c) Documentação e Sistematização de Experiências e Aprendizados;

d) Demonstração dos Resultados Alcançados sob a perspectiva dos públicos envolvidos.

A definição de Escopo do Projeto (diagnóstico e análise de cenários) ocorre a partir de reuniões com as equipes de trabalho e aprofundamento teórico que subsidie a proposição de ações e elaboração de plano de trabalho. Nesta etapa será realizado seminário integrador com todos os grupos de trabalho para socialização de diagnósticos e discussões teóricas relevantes a partir das realidades encontradas.

A Elaboração do Planejamento de Ações e/ou Projeto de Trabalho utiliza-se de uma multiplicidade de ferramentas de acordo com a natureza da situação-problema e dos públicos envolvidos. O referido planejamento deverá ser discutido previamente à sua apresentação aos públicos envolvidos no projeto em seminário integrador, com vistas à sua validação pelo docente. Importante incentivar a avaliação entre pares para que os grupos contribuam entre si em suas propostas.

Na etapa de Documentação e Sistematização de Experiências e Aprendizagens os acadêmicos devem documentar o projeto ou as ações desenvolvidas (diagnóstico, proposta, referencial teórico, plano de trabalho, evidências da realização das ações, autoavaliação do planejado/executado, resultados obtidos e avaliação dos públicos envolvidos).

Por fim, a Demonstração dos Resultados Alcançados sob a perspectiva dos públicos envolvidos pressupõe a escuta dos públicos envolvidos sobre a efetividade das ações desenvolvidas, utilizando-se de instrumentos adequados à natureza dos referidos públicos, cujos resultados serão registrados e publicizados para a comunidade acadêmica.

Procedimentos de Avaliação

A avaliação na disciplina é uma construção em relação ao desempenho e aproveitamento do acadêmico ao longo do semestre e atenderá ao estabelecido

Regimentalmente, quanto à frequência e média semestral. Será representada por uma nota que parte do ZERO e vai sendo conquistada conforme a progressão das atividades, desempenho e aproveitamento. Se o aproveitamento for o máximo em todas as atividades, a nota pode alcançar o valor de DEZ. A não participação em atividades não pontua, portanto impede a adição de pontos para a composição do grau final. A composição avaliação da disciplina será realizada pela participação dos acadêmicos nas atividades nos cenários de prática, comprovada pelo:

- (I) Registro assinado pelos professores ou diagnóstico e/ou projeto de proposta elaborada (20%);
- (II) Memorial individual produzido e postado incluindo a autoavaliação (30%) e,
- (III) Relatório de grupo, no formato de Relato de Experiência estimulados pela atividade na comunidade incluindo as evidências coletadas (50%).

Cabe ressaltar que a avaliação dos Componentes Curriculares Extensionistas deverá conter a data de entrega de cada uma das etapas do projeto de extensão, podendo contemplar também as notas de avaliações teóricas e individuais que o professor acreditar serem necessárias para melhor assimilação dos conceitos-chave necessários para uma compreensão mais profunda do problema ou solução em análise.

É obrigatória a apresentação das evidências das interações entre os alunos e as organizações/empresas/grupos de pessoas com quem estão construindo o percurso extensionista através de fotos de visitas, prints de tela de encontros remotos e respostas a questionários/formulários que os grupos tenham encaminhado a fim de colher dados sobre o problema e a entidade. A demonstração dos resultados alcançados deve observar os objetivos sociocomunitários do projeto ou ações e suas metas, orientados pelos indicadores do Programa Institucional.

Uma autoavaliação e uma avaliação em pares que permita ao aluno refletir e avaliar sobre as suas competências e dos seus colegas de grupo são recomendadas, tendo em vista a necessidade de o aluno adquirir não somente o conhecimento

técnico e teórico para contribuir de forma efetiva para a comunidade em seu entorno, mas também adquirir competências que os capacitem a se relacionar com os outros e com seu saber de forma mais construtiva, colaborativa e diversa. Entre elas estão a empatia, a visão sistêmica, o pensamento criativo e crítico-reflexivo, a comunicação assertiva, a capacidade de resolução de problemas, a aprendizagem colaborativa, a flexibilidade e a centralidade.

Para aprovação nos Componentes Curriculares Extensionistas, devem ser observados os seguintes critérios avaliativos:

1. Desenvolvimento de atividades de acordo com o Plano de Aprendizagem;
2. Entregas das etapas do Roteiro de Extensão;
3. A articulação do conhecimento teórico e aplicação prática;
4. Cumprimento dos prazos estabelecidos no cronograma
5. A relevância social da atividade proposta
6. Obtenção de grau maior ou igual a 8,0 (oito), e ter frequência maior ou igual 75% nas atividades extensionistas.

Em relação à contribuição das referidas ações para a consecução dos objetivos do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e do Projeto Pedagógico do Curso (PPC) a autoavaliação institucional contemplará questões específicas sobre a prática extensionista a partir do ano de implementação das referidas ações, com vistas a subsidiar a análise permanente das percepções da comunidade acadêmica e a retroalimentação curricular.

7.10 Flexibilização

No PPC devem estar descritas, de acordo com o PPI, as possibilidades de flexibilização. No âmbito da Instituição, estão previstos elementos de flexibilização que poderão ser adotados por cada curso, de acordo com as suas especificidades:

- 1) Componente Curricular Livre: o aluno poderá optar por componente curricular, dentre o rol de componentes curriculares ofertados na instituição, a seu critério; que venham ao encontro de suas aspirações profissionais e acadêmicas, a fim de alargar horizontes e de demonstrar atitudes empreendedoras, autônomas e de responsabilidade sobre a sua formação.

- 2) Atividades Complementares: de acordo com a Resolução CSAA Nº 05/2015, serão integralizadas dentro de três categorias: ensino, pesquisa e extensão. Por meio delas, os acadêmicos poderão buscar aprofundamento nos aspectos de sua área ou de áreas afins que lhes interessarem, valorizando, desse modo, a autonomia na busca de conhecimento.

- 3) Tópicos Avançados, Estudos Independentes, Projetos ou Seminários: componentes curriculares cuja ementa é flexível, prevendo a abordagem de temas contemporâneos, no intuito de atualizar a formação do aluno com as inovações de sua área.

- 5) Mobilidade Acadêmica: uma forma de flexibilização na integralização do currículo. Refere-se à mobilidade acadêmica nacional e internacional, por meio da qual o acadêmico, mediante convênios firmados pela Faccat com instituições superiores estrangeiras, poderá realizar estudos, durante um período pré-estabelecido, na área de sua graduação, sem perder o vínculo com a Faccat. Para o aproveitamento dos componentes cursados, deverá estar previsto no convênio firmado que o acadêmico se matricule em

atividades cuja frequência e rendimento sejam devidamente registrados, assim como as devidas comprovações do que foi desenvolvido. Cada Projeto Pedagógico de Curso deverá sinalizar quais os componentes curriculares que poderão ser cursados em instituições estrangeiras.

- 6) Adaptação curricular como elemento de flexibilização curricular para acadêmicos com deficiência de qualquer natureza, visando à garantia de pleno acesso, participação e aprendizagem e acompanhamento psicopedagógico, previsto no Programa de Acessibilidade e Práticas Inclusivas Institucionais.
- 7) Programas, projetos e ações de extensão universitária: com orientação para áreas de grande pertinência social que contribuam para a formação do acadêmico.

7.11 Demonstrativo de adaptação de estudos

Somente para alteração curricular: como ocorrerá a transição de um currículo para o outro em termos de adaptação para os alunos e a quem se aplica obrigatoriamente.

Obs.: sugestão de prazo de conclusão de curso, após alteração curricular – mínimo 2 anos; máximo 8 anos.

NSA

7.12 Quadro de equivalências

Destaca-se a necessidade de evidenciar quais Componentes Curriculares da Matriz antiga são equivalentes aos Componentes Curriculares da nova matriz proposta. O esclarecimento deverá ser apresentado em um quadro.

NSA

7.13 Quadro de Certificações Intermediárias

A extensão, como parte integrante da tríade fundamental e indissociável para a formação acadêmica, junto ao ensino e a pesquisa, tem papel importante na relação da FACCAT com a comunidade, facilitando a ligação da sociedade com o mundo acadêmico e promovendo uma formação voltada para as questões da sociedade moderna.

A inserção do acadêmico na comunidade, além de proporcionar a conexão com diferentes realidades, possibilita que o aluno identifique os problemas e os anseios que emergem desse contexto, reflita sobre as formas de intervenção, planeje e atue nos processos sociais, por meio de ações interdisciplinares e interprofissionais, contribuindo para o seu desenvolvimento.

Partindo da identificação das necessidades e agindo em sua área de atuação, conjuntamente com acadêmicos de outros cursos, é possível que tais intervenções ocorram de diferentes formas, conforme a complexidade da situação identificada, por meio de programas, projetos e ações, proporcionando uma formação cidadã e o compromisso, do acadêmico, com a transformação social.

A curricularização da extensão, no âmbito das Faculdades Integradas de Taquara/FACCAT, atendendo ao PPI e com base nas Resoluções do Conselho Nacional de Educação - CES Nº 07/2018 e na Resolução do Conselho Superior

Acadêmico e Administrativo da FACCAT/CSAA Nº 07/2021, deve pautar-se pela regionalidade, interação e relações comunitárias atendendo, no mínimo, 10% da carga horária dos cursos de graduação, integradas à matriz curricular e detalhadas no Projeto Pedagógico de Curso (PPC).

No entanto, a proposta de curricularização da extensão estará subordinada aos Programas Institucionais de Extensão em Desenvolvimento Regional e Inclusão Social, sob o acompanhamento da Coordenação de Curso e seu colegiado, observando a Resolução CSAA nº 07/2021.

7.11 Demonstrativo de adaptação de estudos

NSA.

7.12 Quadro de equivalências

NSA.

7.12 Data de início da alteração/criação

A alteração curricular com foco na extensão da curricularização iniciará em 2023. Os alunos ingressantes em 2022 serão migrados automaticamente para a nova proposta curricular.

Os alunos que optarem em permanecer no currículo antigo, terão até 04 semestres para completar a grade curricular, ou seja, até dezembro de 2025.

8 INFRAESTRUTURA DO CURSO

O ambiente acadêmico oferecido pela FACCAT propicia a integração entre os alunos em uma atmosfera que une formação, lazer e prestação de serviços, oferecendo para a comunidade interna e externa: biblioteca, auditórios, restaurantes, lanchonetes, lojas, Centro de Eventos e espaço de lazer em meio a natureza. Além disso, os projetos arquitetônicos e urbanísticos da instituição foram concebidos e implementados, atendendo aos princípios do desenho universal.

Aliado à infraestrutura oferecida pela instituição, o Curso de Gestão Comercial proporciona à comunidade acadêmica salas de aula com ótimas instalações, sendo estas climatizadas, amplas, bem ventiladas e iluminadas, com acesso wireless, contendo computadores para uso dos professores e projetores fixos, instigando assim o uso de tecnologias e amparando as necessidades de docentes e discentes.

9 AVALIAÇÃO DO CURSO

A Faccat fundamenta a avaliação sob a perspectiva formativa, que, conforme Perrenoud (1999), leva o professor a observar mais metodicamente os alunos, a compreender melhor seus funcionamentos, de modo a ajustar de maneira mais sistemática e individualizada suas intervenções pedagógicas e as situações didáticas que propõe — tudo isso na expectativa de otimizar as aprendizagens. Essa concepção situa-se abertamente na perspectiva de uma regulação intencional, cuja intenção seria determinar, ao mesmo tempo, o

caminho já percorrido pelo discente e aquele que resta a percorrer com vistas a intervir para otimizar os processos de aprendizagem em curso.

A avaliação, sob essa perspectiva, qualifica o ensino e a aprendizagem, buscando a ampliação da autonomia, da crítica e da responsabilidade do aluno, o que é o objetivo maior do processo pedagógico e que precisa estar presente em todos os momentos da dinâmica de ensino, aprendizagem e avaliação.

Desta forma, a avaliação não deve ser um fim em si mesma (Anastasiou, 2004), mas ser utilizada como ferramenta para identificar os diferentes níveis de aprendizagem e reorientar as ações docentes e discentes, de maneira que possibilite o resgate antecipado do processo de exclusão.

A avaliação formativa leva o professor a observar mais metodicamente os acadêmicos, a compreender melhor seu funcionamento, de modo a ajustar de maneira mais sistemática e individualizada suas intervenções pedagógicas e as situações didáticas que propõe — tudo isso na expectativa de otimizar as aprendizagens (Perrenoud, 1999).

Nesse contexto, em acordo com o estabelecido no Projeto Pedagógico Institucional, que é referência para o Plano de Desenvolvimento Institucional, o Processo de Avaliação é formativo e compreende toda prática de avaliação contínua que pretende contribuir para melhorar as aprendizagens em curso, levando em consideração os propósitos estabelecidos por professores e alunos para garantir a regulação das aprendizagens.

Para construir a avaliação formativa, o trabalho não pode se reduzir a uma verificação como produto final da aprendizagem: ela precisa acontecer durante todo o processo de ensino-aprendizagem. É fundamental, na prática avaliativa formativa, a perspectiva daquele que aprende, o aluno.

Avaliar é um meio para aperfeiçoar o processo do ensino e da aprendizagem (ação-reflexão-ação) e não um fim em si mesmo, o que pressupõe que a avaliação é um processo que se constrói de vários instrumentos: provas,

provas escritas individuais, orais e em grupos, atividades práticas, atividades de estágios, seminários, debates, pesquisas, resenhas, apresentações individuais e em grupos, produção de artigos, projetos, além de outros previstos nos planos de ensino dos componentes curriculares; por meio de *feedback* e a retomada no ensino aprendizagem, evidenciando-se um processo cumulativo.

Essa concepção vai se operacionalizar na forma determinada pelo Regimento das Faculdades Integradas de Taquara, nos artigos

Art. 60. A avaliação do rendimento escolar será realizada por disciplina ou atividade acadêmica, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento do aluno.

Art. 61. A frequência às aulas e às demais atividades acadêmicas, permitida apenas aos matriculados, é obrigatória, vedado o abono de faltas.

§ 1º Será considerado reprovado na disciplina ou atividade acadêmica, independentemente dos demais resultados obtidos, o aluno que não obtiver, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) de frequência às aulas e demais atividades programadas.

§ 2º A verificação, o registro e o controle da frequência, para efeito do parágrafo anterior, são da responsabilidade do professor.

§ 3º Nos cursos realizados na modalidade de educação a distância, a frequência ocorre na forma estabelecida no Projeto Pedagógico do Curso.

§ 4º Nos cursos realizados na modalidade de educação a distância, a avaliação deve contemplar a preponderância da avaliação presencial sobre as avaliações realizadas a distância, de acordo com a legislação educacional pertinente, aplicando-se à avaliação as demais exigências estabelecidas neste Regimento, o que couber.

Art. 62. Os resultados do rendimento escolar são expressos sob a forma de graus que variam de 0 (zero) a 10 (dez), com intervalos de 0,01 (um centésimo), sendo exigida, no mínimo, a média 6,00 (seis) para fins de aprovação.

Art. 63. O rendimento escolar do aluno, em cada disciplina, será avaliado: I – nos cursos na modalidade presencial, por disciplina, da seguinte forma:

- a) no decurso do período letivo através de dois graus provenientes de um mínimo de duas verificações, podendo haver também o aproveitamento de trabalhos e outras modalidades de aferição; e
- b) no final do período através de um grau proveniente do exame, abrangendo todo o programa da disciplina.

II – nos cursos na modalidade à distância serão conferidos os seguintes graus, por disciplina:

- a) Grau 1, que corresponde a 40% do grau final, sendo composto por atividades de interação e participação no ambiente virtual, de instrumentos de avaliação, de leituras dirigidas e outras modalidades de avaliação descritas no Projeto Pedagógico do Curso;
- b) Grau 2, que corresponde a 60% do grau final, será realizado presencialmente;
- c) Para aprovação, o aluno deve alcançar a média ponderada igual a 8 (oito) entre o Grau 1 e o Grau 2;
- d) O aluno que não alcançar a média ponderada igual a 8 (oito) poderá realizar o Grau 3, em substituição ao Grau 2, devendo, então, obter média ponderada entre o Grau 1 e o Grau 3 mínima igual a 6 (seis) para aprovação.

Parágrafo único. Será considerado reprovado, independentemente da média final obtida, o aluno que não tenha uma participação mínima de 60% no

ambiente virtual de aprendizagem nas atividades que compõem o Grau 1 e o Grau 2.

Art. 64. O grau final da disciplina obter-se-á:

I - calculando-se a média aritmética simples dos dois graus do período letivo;

e

II - calculando-se a média aritmética simples do grau do exame final e da média dos graus de aproveitamento obtido durante o período letivo.

Art. 65. Haverá, antes do exame final, oportunidade de recuperar um dos graus provenientes das verificações.

Art. 66. O aluno que, antes ou depois da recuperação de um dos graus, obtiver, no mínimo, média 8,00 (oito) nos dois graus explicitados no inciso I do artigo 64, havendo cumprido a frequência mínima obrigatória, estará aprovado na disciplina, não necessitando se submeter ao exame final.

Parágrafo único. Será considerada final a média já alcançada, caso o aluno já aprovado tenha optado por não realizar o exame final.

Art. 67. Época especial de exame final pelo não comparecimento por motivo devidamente justificado deverá ser requerida, no Protocolo Geral, até 30 (trinta) dias após a ocorrência da prova.

Art. 68. A revisão do exame final deverá ser requerida ao professor, através do Protocolo Geral, até 72 horas após a publicação do grau respectivo.

Art. 69. Para qualquer prova e exame, poderá ser exigido do aluno apresentação de documento de identidade e, no caso de não poder ser identificado, será impedido de realizar o respectivo ato escolar.

Art. 70. O aluno que tenha extraordinário aproveitamento nos estudos, demonstrado por meio de provas e outros instrumentos de avaliação específicos aplicados por banca examinadora especial, poderá ter a duração do seu curso abreviada.

9.1 Avaliação do curso

As Faculdades Integradas de Taquara, de acordo com as Diretrizes propostas pela CONAES - Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior, instituída pela Lei 10.861, de 14 de abril de 2004, constituiu sua Comissão Própria de Avaliação - CPA, a fim de coordenar e sistematizar o processo de avaliação institucional. A CPA assumiu como características fundamentais para a avaliação: a avaliação institucional como centro do processo avaliativo, a integração e diversos instrumentos com base em uma concepção global e o respeito à identidade e diversidade institucionais, tendo como finalidade promover a melhoria da qualidade da educação superior, a orientação da expansão da sua oferta, o aumento permanente da sua eficácia institucional, da sua efetividade acadêmica e social, especialmente do aprofundamento dos seus compromissos e responsabilidades sociais.

A avaliação do CST em Gestão Comercial está inserida nesse contexto, sendo contemplada dentro do Projeto de Autoavaliação da Instituição, nos ciclos avaliativos estabelecidos pelo MEC/INEP/CONAES, com a aplicação de instrumentos de pesquisa, pela CPA em parceria com o Centro de Pesquisa Institucional.

Define-se como objetivo do Projeto de Autoavaliação de Curso de Graduação: "Contribuir para o autoconhecimento de cada curso, de forma a subsidiar o processo de tomada de decisão dos gestores como ferramenta de

gestão, a fim de gerar mudanças para a melhoria contínua do ensino de graduação - em todos os aspectos que integram esse processo".

A CPA, a partir de Sobrinho (2000), definiu como condições e características fundamentais para a avaliação na Faccat:

- Globalidade: combinação de procedimentos quantitativos e qualitativos, buscando articular as diversas partes ao todo;
- Integradora: utilizar os diversos elementos para a compreensão e interpretação das causas, consequências, contextos e processos envolvidos.
- Participativa e negociada: participação e negociação de todos os segmentos envolvidos nos processos alvo da avaliação;
- Operatória e estruturante: a avaliação é um processo orientado para a transformação e como tal constitui-se um mecanismo de construção contínua e permanente;
 - Contextualizada: as análises devem sempre levar em conta os contextos nos quais os processos estão inseridos;
 - Formativa: o processo deve visar o aprendizado institucional e não a punição;
- Permanente: como processo, deve ser contínuo e permanente, instaurado como cultura e não como algo estanque;
- Legítima: o processo deve ser legitimado pelas ações que o validarão na busca da melhoria contínua - sem essas ações o processo cai no descrédito e não é legitimado;

- Voluntária: não deve ser impositiva - uma vez que é um processo de construção da qualidade educativa, mas sim deve buscar a sensibilização dos envolvidos para o exercício de sua autonomia e do senso de corresponsabilidade;
- Adaptada às especificidades: o processo deve respeitar as especificidades de cada unidade, de cada curso em questão, considerando as diferentes realidades e perfis encontrados.

À luz das Diretrizes Institucionais, tendo como pano de fundo os princípios citados, a CPA, junto com a Direção e gestores da Instituição, incluiu no Projeto de Autoavaliação de Curso de Graduação, que integra o Projeto de Autoavaliação Institucional, a análise e estudo dos seguintes elementos de avaliação interna e externa, para cada curso de graduação:

1) Avaliação Interna:

- Relatório de Pesquisa: alunos se auto avaliam e avaliam o Curso (PPC, Docentes e Infraestrutura);
- Relatório de Pesquisa: professores se auto avaliam e avaliam o Curso (PPC, Coordenador e Infraestrutura);
- Relatório de Pesquisa: coordenadores se auto avaliam e avaliam o Curso (PPC, Docentes e Infraestrutura).

2) Avaliação Externa:

- Relatório de Avaliação para fins de Reconhecimento/Renovação de Reconhecimento;
- Relatório dos desempenhos do Curso nos ENADEs realizados (Conceitos ENADE, CPC e IDD);

- Relatório do Questionário Socioeconômico do ENADE.

- Relatório de Pesquisa - Egressos avaliam o Curso em relação ao mercado de trabalho e suas perspectivas em relação à sua colocação e carreira profissional;

3) Análise de indicadores como:

- titulação dos docentes;
- atividades de extensão;
- produção científica;
- atividades de nivelamento; e
- atividades inter e multidisciplinares.

Como exemplo de ações concretas resultantes do processo avaliativo no âmbito do CST em Gestão Comercial, pode-se citar a atualização e melhoria dos laboratórios e instalações do Curso, atualização do acervo da Biblioteca, os Seminários Didático-Pedagógicos e Programa de Formação Continuada desenvolvidos pelo NAP junto aos docentes da Faculdade, a implementação de melhorias nos serviços de reprografia e alimentação, oferta de cursos de extensão, atualização curricular, novas funcionalidades tecnológicas na prestação de serviços e atendimento aos alunos, disponibilidade de aulas de nivelamento, encontros com o Coordenador, além de melhorias na acessibilidade interna e externa, envolvendo deslocamento horizontal representado por calçadas, corredores e rampas, e deslocamento vertical através da instalação de elevador, os quais visam o atendimento das necessidades dos portadores de deficiências físicas ou mobilidade reduzida,, bem como os alunos foram contemplados com novos banheiros adaptados as suas necessidades. Da mesma forma, com base nas sugestões apresentadas pelos alunos, a Instituição disponibilizou aparelhos de ar condicionado para a climatização de todas as

salas de aula e, equipou todas as salas de aulas com multimídia, computadores e aparelhagem de som.

9.2 Gerenciamento da avaliação

As Faculdades Integradas de Taquara, de acordo com as Diretrizes propostas pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior, instituiu sua Comissão Própria de Avaliação - CPA, a fim de coordenar e sistematizar o processo de avaliação institucional. A CPA assumiu como características fundamentais para a avaliação: a avaliação institucional como centro do processo avaliativo, a integração e diversos instrumentos com base em uma concepção global e o respeito à identidade e diversidade institucionais, tendo como finalidade promover a melhoria da qualidade da educação superior, a orientação da expansão da sua oferta, o aumento permanente da sua eficácia institucional, da sua efetividade acadêmica e social, especialmente, do aprofundamento dos seus compromissos e responsabilidades sociais.

A avaliação do Curso está inserida nesse contexto, sendo contemplada dentro do Projeto de Autoavaliação da Faccat, nos ciclos avaliativos estabelecidos pelo MEC/INEP/CONAES, com a aplicação de instrumentos de pesquisa, pelo Centro de Pesquisa Institucional, em parceria com a CPA .

Define-se como objetivo do Projeto de Autoavaliação de Curso de Graduação: "Contribuir para o autoconhecimento de cada curso, de forma a subsidiar o processo de tomada de decisão dos gestores como ferramenta de gestão, a fim de gerar mudanças para a melhoria contínua do ensino de graduação - em todos os aspectos que integram esse processo".

À luz das Diretrizes Institucionais, a CPA junto com a Direção-Geral e gestores da Instituição incluiu no Projeto de Autoavaliação de Curso de

Graduação, que integra o Projeto de Autoavaliação Institucional, a análise e estudo dos seguintes elementos de avaliação interna e externa, para cada curso de graduação:

1) Avaliação Interna:

- Relatório de Pesquisa: alunos autoavaliam-se e avaliam o Curso (PPC, Docentes e Infraestrutura), anualmente;
- Relatório de Pesquisa: professores auto-avaliam-se e avaliam o Curso (PPC, Coordenador e Infraestrutura), anualmente;
- Relatório de Pesquisa: coordenadores autoavaliam-se e avaliam o Curso (PPC, Docentes e Infraestrutura), anualmente.

2) Avaliação Externa:

- Relatório de Avaliação para fins de Reconhecimento/Renovação de Reconhecimento, de acordo com o calendário regulatório;
- Relatório dos desempenhos do Curso nos ENADEs realizados (Conceitos ENADE e CPC), de acordo com o calendário do ENADE;
- Relatório de Pesquisa - egressos avaliam o Curso em relação ao mercado de trabalho e suas perspectivas em relação à sua colocação e carreira profissional, a cada dois anos.

3) Análise de indicadores, como:

- titulação dos docentes;
- atividades de extensão;
- produção científica;
- atividades de nivelamento;
- atividades inter e multidisciplinares.

Os relatórios de avaliação subsidiam as discussões e planejamento no âmbito do NDE e do Colegiado de Curso. Anualmente, o Coordenador do Curso de Graduação utiliza a ferramenta de Gestão disponibilizada no Sistema

Administrativo de Gestão Acadêmica (SAGA), informando os pontos fortes e as fragilidades apontadas a partir do processo avaliativo, bem como o planejamento de ações de melhoria. De posse dessas informações, a Vice-Direção de Graduação pode acompanhar a gestão e as demandas orçamentárias para a implementação das melhorias planejadas.

Esse fluxo consolida o processo avaliativo como um processo participativo e legitima a avaliação como uma ferramenta de gestão integrada ao planejamento. Além disso, possibilita que a CPA acompanhe todo o fluxo do processo.

Outrossim, importa ressaltar que o Projeto Pedagógico do Curso está continuamente sendo acompanhado/avaliado pelo Núcleo Docente Estruturante - NDE, que tem como incumbência, dentre outras, zelar pela qualidade e implementação do PPC, de forma a manter o curso adequado à Missão Institucional, à sua concepção, à inserção regional e ao perfil proposto.

10 SUSTENTABILIDADE DA PROPOSTA

O ensino da área Comercial se apresenta metamorfoseado ante aos tempos idos, em especial pela necessidade de ampliar a capacidade cognitiva das pessoas pela educação, por vezes mediada por ambientes virtuais de trabalho e de compartilhamento de recursos entre acadêmicos e professores. A pandemia de Covid-19 foi um elemento essencial para que os negócios pudessem continuar, apesar de em seu início revelar o despreparo de muitas organizações para gerir suas atividades, sejam elas administrativas ou comerciais. Com isso, entende-se que isso reforça a necessidade de oferecer o Curso de Tecnólogo em Gestão Comercial na Faccat.

Esta oportunidade possibilita que tais recursos sejam utilizados como importante aliado ao processo de estudo e interação dos alunos com a sua instituição de ensino. As experiências já realizadas em vários anos de intensiva utilização destes recursos no Curso de Gestão Comercial mostram que estes ambientes podem realmente servir como ponto de referência para que os alunos encontrem os materiais disponibilizados pelos professores, o roteiro das próximas aulas, os compromissos e tarefas agendadas, e comunicação entre colegas e professores.

Aliado a isso, tem-se a visão de que a prática é um fator determinante para a compreensão da realidade dentro dos espaços educacionais. Em outras palavras, se a forma de ensinar apresenta mudanças, ela está intrinsecamente relacionada à forma como são expostas e/ou discutidas junto ao acadêmico de Gestão Comercial, que por sua parte, pode advir de diferentes ramos econômicos, mas que em sua necessidade principal, requerem a existência de práticas de gestão, sejam elas eficientes, eficazes e efetivas.

Outro ponto destacado como sendo essencial para a manutenção do curso reside na forma de abordagem dos conteúdos em atendimento ao perfil do acadêmico, ou seja, as teorias e as práticas devem estar adequadas à realidade do cotidiano ocupacional dos estudantes, assim como dos docentes, elementares para a ampliação e discussão do conhecimento de modo conjunto e complexificado.

Desta forma, enfatiza-se a necessidade de os professores utilizarem recursos informatizados de apoio no planejamento das disciplinas. Ao mesmo tempo, disciplinas que atendem plenamente o que se sugere em termos de orientações macronacionais, estão evidenciadas nesta edição pedagógica do curso de Gestão Comercial. Estar atento e atualizado ao novo contexto econômico e social é fundamental para que se contribua para que o estudante seja um ser pensante e que

consegue concatenar os conhecimentos, com o mote de poder aplicá-los em sua trajetória profissional.

10.1 Laboratórios compartilhados

Os laboratórios são espaços de estudo experimental e/ou de aplicação de conhecimentos científicos com finalidade teórico-prática. São ambientes preparados no intuito de desenvolver competências específicas no atendimento do perfil do egresso proposto no PPC, de acordo com o perfil do egresso proposto no PPI.

10.1.1 Laboratório de Computação

O Laboratório de Computação (D307) oportuniza a aprendizagem de conteúdos básicos para a operacionalização do conhecimento de ferramentas e de aplicativos empregados na profissão de contador (foto a seguir)



10.1.2 – Laboratório de Gestão

Ainda em relação aos laboratórios, o curso possui Laboratórios para Aprendizagem de Conteúdos Básicos e Conteúdos Profissionalizantes que atendem as Diretrizes Curriculares Nacionais para Cursos de Graduação em Administração.

O Curso de Administração utiliza-se de forma compartilhada com os cursos de Ciências Contábeis e o Curso Superior Tecnológico em Gestão Comercial, o laboratório de informática B108 (foto a seguir). O acesso ao laboratório segue as normas da instituição no que tange ao seu uso e reserva para fins de trabalhos acadêmicos dos discentes.





10.2 Componentes compartilhados

As disciplinas compartilhadas com os demais cursos da Instituição estão demonstradas no quadro a seguir.

Período	Componentes Curriculares	Carga Horária	Cursos Compartilhados
1º	Fundamentos do Processo Administrativo	60	Administração; Ciências Contábeis.
	Fundamentos em Gestão de Pessoas	60	Administração; Gestão da Qualidade; Ciências Contábeis; Engenharia de Produção; Pedagogia; Psicologia; Enfermagem; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design
	Português	60	Ciências Contábeis; Enfermagem; Engenharia de Produção; Administração; Gestão da Qualidade; História; Letras; Matemática; Pedagogia; Psicologia; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Sistemas de Informação; Sistemas para Internet
	Direito Empresarial e do Consumidor	60	Direito
	Filosofia e Ética Organizacional	60	Ciências Contábeis; Administração; Publicidade e Propaganda; Design; Direito; Relações Públicas; Enfermagem; Engenharia de Produção; História; Letras; Matemática; Pedagogia; Psicologia; Sistemas de Informação; Turismo; Fisioterapia
2º	Fundamentos de Marketing	60	Administração; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design
	Excelência no Atendimento Ao Cliente	60	Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design
	Contabilidade Contemporânea	60	Administração; Ciências Contábeis
	Gestão de Serviços	60	Administração
	Comportamento do Consumidor e do Comprador Organizacional	60	Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design
3º	Matemática Comercial e Financeira	60	Administração; Ciências Contábeis; Sistemas de Informação
	Administração de Vendas	60	Administração
	Estatística Aplicada	60	Administração; Ciências Contábeis; Sistemas de Informação
	Negócios Eletrônicos	60	Administração; Sistemas para Internet
4º	Empreendedorismo	60	Administração; Sistemas para Internet; Engenharia de Produção; Jogos Digitais; Relações Públicas
	Elaboração e Análise de Projetos	60	Administração; Sistemas para Internet; Engenharia de Produção; Jogos Digitais; Relações Públicas
	Pesquisa Mercadológica	60	Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design
	Marketing de Relacionamento	60	Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design
	Economia e Mercados	60	Administração; Ciências Contábeis; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas
5º	Marketing Estratégico	60	Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design; Administração
	Gestão da Comunicação e Merchandising Empresarial	60	Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design; Administração
	Técnicas de Exposição de Produtos e Visual Merchandising	60	Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Design; Administração

10.3 Necessidade de infraestrutura física específica

NSA

10.4 Adaptação da infraestrutura existente

Não são necessárias adaptações para que a infraestrutura existente atende às necessidades específicas do curso.

10.5 Necessidade de normas complementares ou alteração de norma existente na Faccat para implantação da proposta

NSA.

10.6 Necessidades de recursos humanos

Além do corpo docente vinculado às disciplinas, o curso possui um Núcleo Docente Estruturante (NDE) formado por cinco professores, dentre eles o coordenador do curso. Uma equipe de apoio é disponibilizada na Coordenação do Curso contando com uma assistente com carga horária integral (40h).

10.7 Cronograma de implantação

A fim de qualificar o processo para a alteração do Projeto Pedagógico de Curso de Gestão Comercial, buscou-se organizar as ações para o desenvolvimento, elencando períodos estabelecidos para a conclusão das etapas. Desse modo, prevê-se a conclusão do presente PPC, dentro do período necessário para a aprovação em 2022/2 e implantação em 2023/1, seguindo os documentos regulatórios institucionais e as exigências legais.



10.8 Aquisição de recursos materiais

NSA.



Faculdades Integradas de Taquara

Recredenciada pela Portaria MEC nº 1.072, de 26/12/74, D.O.U. de 29/12/14, Seção 1, p. 7.

Mantida pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste – FEEIN CNPJ 97.763.593/0001-80.

REFERÊNCIAS



Faculdades Integradas de Taquara

Recredenciada pela Portaria MEC nº 1.072, de 26/12/74, D.O.U. de 29/12/14, Seção 1, p. 7.

Mantida pela Fundação Educacional Encosta Inferior do Nordeste – FEEIN CNPJ 97.763.593/0001-80.

ANEXOS



ANEXO A - PLANOS DE ENSINO - RELAÇÃO DOS COMPONENTES CURRICULARES

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

Componentes obrigatórios

1º Semestre

1 11244 - **Fundamentos do Processo Administrativo** CHT: 60 Horas

Ementa

Administração e o papel do administrador. Contextualização das áreas funcionais (Finanças, Marketing, Gestão de Pessoas, Logística, Produção e Materiais). O processo administrativo: planejamento, organização, direção e controle. Processo decisório: tipos de decisões, racionalidade limitada, etapas, técnicas que auxiliam a tomada de decisão.

Objetivos

Proporcionar aos alunos a oportunidade de refletir e compreender o processo gerencial e os temas emergentes da teoria administrativa contemporânea, dentro do ambiente complexo e mutável em que se situam as organizações sociais neste novo século. Desenvolver senso crítico em relação a valores e atitudes profissionais (ética e responsabilidade social) baseados em suas experiências, novas abordagens e paradigmas do gestor do futuro.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC05** Incentivar os participantes para o espírito empreendedor.)

CT 02 EXERCER A CIDADANIA

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

Bibliografia

DE SORDI, J. O. Gestão por processos – uma abordagem da moderna administração. São Paulo: Saraiva, 2008. MORAIS, R. T. R. Administração: conceitos e práticas. Taquara: Faccat, 2007. OLIVEIRA, D. P. R. de. Administração de Processos: conceitos e metodologias. São Paulo: Atlas, 2007.

Bibliografia complementar

CARNEIRO, M. Administração de Organizações. Porto Alegre: Atlas, 2012. HEILBORN, G.; LACOMBE, F. Administração: Princípios e Tendências. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2008. MAXIMIANO, A. C. A. Teoria geral da administração. São Paulo: Atlas, 2012. ROBBINS, S. P.; DE CENZO, D.D. Fundamentos de administração: conceitos essenciais e aplicações. 4ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004 (Biblioteca Virtual). SHERMERHORN, J. R. Administração – Conceitos Fundamentais. São Paulo: LTC, 2006.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

2 11345 - Português

CHT: 60 Horas

Ementa

Análise e produção de gêneros diversos: resumo, resenha, artigos científicos e de opinião, notícia, notícia de divulgação científica, crônicas literárias e jornalísticas, entre outros. Atividades de adequação da escrita à norma culta. Expressão oral e escrita. Leitura extraclasse de obras literárias.

Objetivos

Objetivo geral: - Desenvolver habilidades de compreensão escrita e oral de gêneros diversos, a fim de instrumentalizar-se para as disciplinas específicas do curso. Objetivos específicos: - Aprimorar a compreensão e expressão oral e escrita na língua portuguesa por meio da aquisição dos conhecimentos linguísticos necessários à adequação à norma culta e de vivências significativas de aprendizagem. - Desenvolver a expressão oral, contribuindo para a sua formação profissional. - Compreender os mecanismos da língua portuguesa necessários para a escrita de textos, conferindo-lhes coesão e coerência.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO
CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

Bibliografia

CEGALLA, Domingos Paschoal. Novíssima Gramática da Língua Portuguesa. 48. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008. HARTMANN, Shirley Horácio de Góis; SANTAROSA, Sebastião D. Práticas de escrita para o letramento no ensino superior. Curitiba: Intersaberes, 2012 (Série Língua Portuguesa em Foco) 2013. (Biblioteca Virtual). MASCARENHAS, Sidnei Augusto. Metodologia Científica. 3. ed. São Paulo, 2013. (Biblioteca Virtual).

Bibliografia complementar

AZEVEDO, Celicina Borges. Metodologia científica ao alcance de todos. São Paulo: Manole, 2013. (Biblioteca Virtual). GUIMARÃES, Telma (org.) Língua Portuguesa I. São Paulo: Person Education do Brasil, 2014. (Biblioteca Virtual). MACHADO, Anna Rachel (Coord.); LOUSADA, Eliane; ABREU-TARDELLI, Lília Santos. Resenha. São Paulo: Parábola Editorial, 2010. MARCUSCHI, Luiz Antônio. Produção textual, análise de gêneros e compreensão. São Paulo: Parábola, 2008. SANTOS, Leonor Werneck; RICHE, Rosa Cuba; TEIXEIRA, Cláudia Souza. Análise e produção de textos. São Paulo: Contexto, 2012. (Biblioteca Virtual).

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

3

11352 - Filosofia e Ética Empresarial

CHT: 60 Horas

Ementa

A história da Filosofia. Estudo do ser e da existência. Conhecimento filosófico. Filosofia e ciência. A contribuição da Filosofia para as diferentes áreas do conhecimento. Ética: conceito e definições. A complexidade do humano: Unidade e diversidade; identidades culturais. O desafio da sustentabilidade ecológica, social e espiritual. A responsabilidade social. Direitos humanos: uma agenda permanente.

Objetivos

Geral: Desenvolver o pensamento sistemático por meio de uma perspectiva filosófica, humanizadora, histórica e ética, provendo a compreensão da complexidade humana em sua dinâmica pessoal, política e profissional. Específicos: -Analisar as características do conhecimento filosófico: suas origens e contribuições para as demais áreas do conhecimento humano. -Desenvolver atividades que provocam o despertar da consciência crítica, a autonomia do pensamento e a sensibilidade ética. -Construir uma visão sistêmica da história humana integrando a ciência, a política e a ética, com ênfase especial para o conceito de pessoa em sua complexidade. -Compreender os principais elementos que marcam uma conduta ética, relacionando com as atividades dos futuros profissionais em suas comunidades numa perspectiva de uma cultura dos direitos humanos e de responsabilidade social.

Competências / Habilidades

CT 02 EXERCER A CIDADANIA

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

Bibliografia

BOFF, Leonardo. Saber cuidar: ética do humano compaixão pela terra. 20. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017. (Disponível na biblioteca virtual). CHAUÍ, Marilena. Convite à Filosofia. São Paulo: Ática, 2015. FILHO, Clóvis de Barros e Meucci Arthur. A vida que vale a pena ser vivida. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. (Disponível na biblioteca virtual).

Bibliografia complementar

ASHLEY, Patricia Almeida. Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2005. CHAUÍ, Marilena. O que é ideologia? São Paulo: Brasiliense, 2001. GAARDER, Jostein. O mundo de Sofia. São Paulo: Cia das letras, 2012. MARÇAL, José Antonio e Silvia Amorim. Educação escolar das relações étnicosociais: história e cultura afro-brasileira e indígena no Brasil. Curitiba: Intersaberes, 2015 (Disponível na biblioteca virtual). NALINI, José Renato. Ética geral e profissional. São Paulo: Editora revista dos tributos, 2016.

Relação dos componentes curriculares

Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

4

11353 - **Direito Empresarial e do Consumidor**

CHT: 60 Horas

Ementa

Análise fundamental dos requisitos para formação da pessoa jurídica. Caracterização, capacidade e inscrição do empresário. Contrato Social. Noção geral das diversas espécies de sociedades. Estabelecimento e nome empresarial. Visão geral dos institutos complementares das sociedades, dos prepostos e da escrituração, na forma proposta pelo Código Civil. Conceitos básicos dos direitos do consumidor e das infrações penais. A defesa do consumidor em juízo. Noções do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

Objetivos

Proporcionar aos alunos, os primeiros elementos das principais áreas da Ciência do Direito, que os capacitem identificar, analisar e aplicar os conhecimentos adquiridos na disciplina, tanto no trato de suas atribuições funcionais, como em seus cotidianos na relação com os consumidores.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC05 Comprometer-se com a ética de atuação profissional e com a organização solidária da vida em sociedade, bem como o cuidado de desenvolver-se como cidadão, o que se pressupõem uma postura autônoma. (**HAGC12** Identificar e aplicar a legislação que regula as atividades de comercialização.)

Bibliografia

ALCANTARA, S. A. Direito empresarial e direito do consumidor. Curitiba: Inter-saberes, 2017 (Biblioteca Virtual) NUNES, R. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2014. TEIXEIRA, T. Direito Empresarial Sistematizado: doutrina, jurisprudência e prática. São Paulo: Saraiva, 2017.

Bibliografia complementar

Código Civil Brasileiro (Biblioteca Virtual). Código de Defesa do Consumidor (Biblioteca Virtual) FILOMENO, J. G. B. Curso fundamental de direito do consumidor. São Paula: Atlas, 2008. NERY JUNIOR, N; GRINOVER, A. P. Código brasileiro de defesa do consumidor, v.1, 10ª ed. São Paulo: Forence Universitário, 2011. NERY JÚNIOR, N. GRINOVER, A. P. Código brasileiro de defesa do consumidor, v.2, 10ª ed. São Paulo: Forence Universitário, 2011. NIARDI, G. Direito Empresarial para Administradores. São Paulo: Pearson, 2008. REIS, H. M. R. Direito para Administradores. Volume III. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

5

11246 - **Fundamentos de Gestão de Pessoas**

CHT: 60 Horas

Ementa

Processo evolutivo. Papel da Gestão de Pessoas. Gestão de Pessoas como um sistema constituído de subsistemas e inserido no contexto organizacional. Interação do sistema de Gestão de Pessoas com os demais sistemas da empresa e com o ambiente externo. Processos de Gestão de Pessoas em diferentes realidades organizacionais. Tendências e perspectivas na gestão do Capital Humano dentro das organizações. Políticas afirmativas com relação aos afrodescendentes e indígenas no Brasil, particularmente no que se refere à educação das relações aos afrodescendentes e indígenas no Brasil, particularmente no que se refere à educação das relações étnico-raciais (leis 10639/2003 e 11645/2008) e implicações éticas.

Objetivos

Desenvolver conhecimentos teóricos e práticos do Sistema de Gestão de Pessoas, buscando a integração do aluno ao contexto empresarial e profissional da região. Identificar os processos que integram o sistema de Gestão de Pessoas e perceber a interdependência desse sistema com os demais sistemas de uma organização. Reconhecer a importância da área de Recursos Humanos como facilitadora e agente dos processos de mudança da cultura organizacional, construindo uma visão crítica da atuação profissional em gestão de pessoas. Da mesma forma, desenvolver políticas afirmativas com relação aos afrodescendentes e indígenas no Brasil, particularmente as relações étnico-raciais (leis 10639/2003 e 11645/2008), no reconhecimento das particularidades econômicas, políticas ambientais e sustentabilidade.

Competências / Habilidades

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC14** Auxiliar na implementação das políticas de gestão de pessoas da organização.)

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC14** Auxiliar na implementação das políticas de gestão de pessoas da organização.)

CGGC03 Orientar suas ações e atitudes em princípios éticos, respeitando a pluralidade de ideias, crenças, raças e gênero. (**HAGC14** Auxiliar na implementação das políticas de gestão de pessoas da organização.)

CGGC04 Entender a organização, seus métodos de gestão, bem como suas inter-relações com o ambiente externo. (

HAGC02 Compreender e produzir discursos orais formais e públicos. **HAGC03** Usar multifuncionalmente a escrita, com correção linguística e domínio das técnicas de composição de vários tipos de textos.)

CGGC05 Comprometer-se com a ética de atuação profissional e com a organização solidária da vida em sociedade, bem como o cuidado de desenvolver-se como cidadão, o que se pressupõem uma postura autônoma. (**HAGC15** Saber analisar e selecionar modernos recursos de tecnologia de informação tendo por base a sua realidade organizacional. **HAGA19** Analisar dados e utilizar ferramentas estatísticas para qualificar e quantificar modelos estatísticos à realidade do profissional tecnólogo em gestão comercial.)

Bibliografia

CHIAVENATO, I. Gestão de pessoas e o novo papel de recursos humanos nas organizações. 4ª ed. São Paulo: Campus, 2014 (Biblioteca Virtual) CHIAVENATO, I. Gestão de pessoas. São Paulo: Campus, 2008. MARRAS, J. P. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. São Paulo: Futura, 2000.

Bibliografia complementar

AFONSO, G. B.. Ensino de história e cultura indígena. Curitiba: Intersaberes, 2016 (Biblioteca Virtual). DUTRA, J. S. Gestão de Pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2002. FISCHER, A. L.; DUTRA, J. S.; AMORIM, W. A. C. de. (Orgs.). GESTÃO DE PESSOAS: Desafios Estratégicos das Organizações Contemporâneas. São Paulo: Atlas, 2009. MARÇAL, J. A.; LIMA, S. M. A. Educação escolar das relações étnico-sociais: história e cultura afro-brasileira e indígena no Brasil. Curitiba: Intersaberes, 2015 (Biblioteca Virtual). RIBEIRO, A. L. Gestão de Pessoas. São Paulo: Saraiva, 2005. ROBBINS, S. P. A verdade sobre gerenciar pessoas. São Paulo: Pearson Education, 2003.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

6 11801 - **Formação e Desenvolvimento da Equipe de Vendas** CHT: 60 Horas

Ementa

Exigências para formar uma equipe de trabalho. Desenvolvimento e capacitação da equipe de vendas. Diferenças entre equipes de trabalhos e grupos. Papel do gerente desenvolvedor (coach). Competências profissionais.

Objetivos

A disciplina tem como objetivo principal proporcionar aos alunos, por meio de cases específicos, o desenvolvimento do processo de formação de equipes de vendas, visando o aprimoramento e o desenvolvimento das expertises.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC05 Comprometer-se com a ética de atuação profissional e com a organização solidária da vida em sociedade, bem como o cuidado de desenvolver-se como cidadão, o que se pressupõem uma postura autônoma. (**HAGC02** Compreender e produzir discursos orais formais e públicos. **HAGC05** Incentivar os participantes para o espírito empreendedor.)

Bibliografia

CHIAVENATO, I. Gestão das vendas, uma abordagem introdutória: transformando o profissional de vendas em um gestor de vendas. Barueri, SP: Manole, 2014 (Biblioteca Virtual). MISNER, I. R.; MORGAN, D. Mestres de vendas. São Paulo: Sextante, 2013. NICOLAZZI, E. Gerenciamento de equipes: formação e orientação de gestores. São Paulo: Insular, 2014.

Bibliografia complementar

CARVALHO, M. R.; ALVARES, F. J. S. M. Gestão eficaz da equipe de vendas. São Paulo: Saraiva, 2008. DUTRA, J. S. Gestão de pessoas, modelo, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2012. ERVILHA, A. J. L. Liderando equipes para otimizar resultados. São Paulo: Nobel. 2003. LE BOTERF, G. Desenvolvendo a competência dos profissionais. Porto Alegre: Bookmann, 2003. MOSCOVICI, F. Equipes dão certo: a multiplicação do talento humano. Rio de Janeiro: José Olímpio. 2010.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

2º Semestre

7

11245 - Fundamentos de Marketing

CHT: 60 Horas

Ementa

Evolução do marketing. Ambiente do marketing. Estrutura mercadológica e suas variáveis. Marketing Mix. Estudos de demanda. Planejamento estratégico de marketing.

Objetivos

Desenvolver e capacitar os discentes a adequar produtos e serviços nos diversos segmentos, atendendo as necessidades e desejos dos consumidores e do mercado organizacional. Analisar a evolução do conceito de marketing, os ambientes de marketing, o comportamento do consumidor, os tipos de mercado e sua segmentação. Identificar a importância do composto de marketing, bem como interpretar e analisar os diferentes contextos que envolvem a administração mercadológica. Visualizar o papel do dirigente de marketing nas organizações.

Competências / Habilidades

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC04** Compreender o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes.)

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC09** Analisar e avaliar os produtos e serviços ofertados no mercado de vendas, identificando oportunidades e riscos existentes por tipo de operação mercadológica.)

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

Bibliografia

BAKER, M. J. Administração de Marketing. São Paulo: Campus, 2005. KOTLER, P.; KELLER, K. L. Princípios de marketing. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007. LAS CASAS, A. L. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 2006.

Bibliografia complementar

CHURCHILL, JR. G. A.; PETER, J. P. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000. KOTLER, P. Marketing para o século XXI: como errar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 2009. REICHELT, V. P. Fundamentos de marketing. Curitiba: Intersaberes, 2013 (Biblioteca Virtual). SILVA, H. H.; SCHENINI, P. H.; TENCA, E. C. Planejamento Estratégico de Marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2006. WESTWOOD, J. O plano de marketing. São Paulo: Makron Books, 2007.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

8

11802 - **Excelência no Atendimento ao Cliente**

CHT: 60 Horas

Ementa

Construção de um relacionamento de confiança com o cliente. Regras gerais de conduta de acordo com os direitos dos consumidores. A relevância do trabalho em equipe. Construção de uma cultura com os clientes internos voltados para excelência no atendimento. Comportamento dos membros da empresa frente a reclamações. Comunicação verbal e não-verbal como um fator determinante na relação com o cliente. Regras básicas de atendimento telefônico e mensagens eletrônicas. Regras básicas de comportamento social responsável. Retenção e atração de clientes. O que os clientes consideram importante num serviço.

Objetivos

Conscientizar o aluno sobre a importância de um cliente para qualquer tipo de negócio. A intenção é fazer com que o atendente seja um aliado do cliente, gerando soluções inovadoras e de excelência para atender suas necessidades.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC04** Compreender o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes.)

Bibliografia

LAS CASAS, A. L. Excelência no atendimento ao cliente. São Paulo: Makron Books, 2012. SABA, F. Gestão em atendimento: manual prática para academias e centros esportivos. Barueri, SP: Manole, 2012 (Biblioteca Virtual). SILVA, F.G. da.; ZAMBON, M. S. Gestão do relacionamento com o cliente. Cengage CTP, 2017.

Bibliografia complementar

AUN, M.A. É o cliente que importa. Rio de Janeiro: Sextante, 2012. KAPLAN, S. A. A estratégia do elefante: como conquistar e manter grandes clientes. Rio de Janeiro: Campus, 2006. POSER, D. V. Marketing de relacionamento: maior lucratividade para empresas. Barueri, SP: Manole, 2005 (Biblioteca Virtual). RIZZI, M. Ser mais com excelência no atendimento ao cliente. São Paulo: Ser Mais, 2012. VOLPI, A. MEIR, R. O Brasil que encanta o cliente: histórias e segredos de 11 empresas brasileiras que são referências no relacionamento com os clientes. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

9

11139 - **Contabilidade Introdutória**

CHT: 60 Horas

Ementa

Teoria da Contabilidade. Princípios Fundamentais de Contabilidade e Normas Brasileiras de Contabilidade. Equação Patrimonial. Escrituração de fatos contábeis nos livros diário e razão. Elaboração de Balancete de Verificação. Encerramento do exercício social e elaboração do Demonstrativo do Resultado do Exercício e do Balanço Patrimonial conforme legislação vigente.

Objetivos

Capacitar os acadêmicos de Administração e Ciências Contábeis para que possam aplicar técnicas que permitam elaborar a contabilidade comercial das empresas atendendo às recomendações legais e aos princípios fundamentais da contabilidade, bem como elaborar as demonstrações contábeis/gerenciais segundo legislação vigente.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC04 Entender a organização, seus métodos de gestão, bem como suas inter-relações com o ambiente externo. (

HAGC16 Saber analisar as demonstrações contábeis para o apoio á tomada de decisão.)

Bibliografia

FRIES, L. N. Contabilidade para estudantes. Taquara: Editora Faccat, 2005. IUDÍCIBUS, S. et al. Contabilidade introdutória. São Paulo: Atlas, 2006. IUDÍCIBUS, S. et al. Manual de Contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia complementar

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. Princípios da contabilidade e normas brasileiras de Contabilidade. Porto Alegre: CRCRS, 2010. (site) CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. Contabilidade para pequenas e médias empresas. Porto Alegre: CRCRS, 2011. IBRACON. Normas internacionais de relatórios financeiros. São Paulo: IBRACON, 2009. IUDÍCIBUS, S.; MARION, J. C. Contabilidade comercial. São Paulo: Atlas, 2010. MULLER, A. Contabilidade introdutória. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013 (Biblioteca Virtual).

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

10

11249 - **Gestão de Serviços**

CHT: 60 Horas

Ementa

Disciplina extensionista que se fundamenta na evolução do relacionamento entre clientes e fornecedores. Entrega de serviço. Administração do desempenho do serviço. Estratégia de serviço. Cultura do serviço. Marketing de serviços. Estudo e avaliação das condições infraestruturais na sustentação e dinamização do meio ambiente. Fundamentos teóricos da gestão ambiental. Impactos e aspectos ambientais de atividades de manufatura e serviços. Impactos ambientais e as metodologias de avaliação e de valorização do meio ambiente.

Objetivos

Capacitar o aluno a administrar de forma eficaz e eficiente um empreendimento de serviços

Competências / Habilidades

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC04 Entender a organização, seus métodos de gestão, bem como suas inter-relações com o ambiente externo. (

HAGC01 Identificar o processo de comercialização e conseguir geri-lo.)

Bibliografia

DALLEDONE, J. Gestão de serviços: a chave do sucesso nos negócios. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.
FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. Administração de serviços. Porto Alegre: Bookman, 2014. ROTONDORO, R. G.; RAMOS, A. W.; RIBEIRO, C. O. Seis sigmas: estratégia gerencial para melhoria de processos, produtos e serviços. São Paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia complementar

CARVALHO, M. M. de; PALADINI, E. P.; RIBEIRO, J. L. D.; FOGLIATTO, F. S.; MARTINS, R. A. (Orgs.). Gestão de Serviços: casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2013. CLARK, G; JOHNSTON, R. Administração de operações de serviço. São Paulo: Atlas, 2002. NEVES, M. C. B. Pequenos negócios em comércio e serviços. Rio de Janeiro: Senac, 2005. NÓBREGA, K. Falando de Serviços: Um Guia para Compreender e Melhorar os Serviços em Empresas e Organizações. São Paulo: Atlas, 2013. NOGUEIRA, A. M. et al. Gestão social, estratégias e parcerias: redescobrimo a essência da administração para o terceiro setor. São Paulo: Saraiva, 2006.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

11 11247 - **Gestão de Operações e Logística**

CHT: 60 Horas

Ementa

Logística. Planejamento e controle da produção e da cadeia produtiva. Projetos em operações e logística. Armazenagem e movimentação interna. Canais de suprimento / distribuição. Melhorias em operações: manutenção, qualidade. Gerenciamento ambiental na organização.

Objetivos

O aluno deverá ser capaz de participar de decisões que envolvam a organização de uma empresa e sua estrutura para fins de maior produtividade, compreendendo os princípios e métodos de gestão adequados às novas formas de competição, especialmente para a Gestão da Qualidade Total, Produção Enxuta e outras estratégias de gestão.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC04 Entender a organização, seus métodos de gestão, bem como suas inter-relações com o ambiente externo. (**HAGC21** Desenvolver análise estratégica da organização em logística e operações: cadeia produtiva, armazenagem, suprimento, qualidade, etc.)

Bibliografia

BALLOU, R. H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos. Porto Alegre: Bookman, 2006. PAZZOLINI FILHO, E. Logística evolução na administração: desempenho e flexibilidade. Curitiba: Juruá, 2014. ZORZO, A. (Org.) Gestão de produtos e operações. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. (Livro Virtual).

Bibliografia complementar

CORREA, H. L.; CORREA, C. A. Administração da produção e operações: manufatura e serviços: uma abordagem estratégica. São Paulo: Atlas, 2006. GAITHER, N.; FRAZIER, G. Administração de produção e operações. São Paulo: Pioneira, 2002. MARCOUSÉ, I.; SURRIDGE, M.; GILLESPIE, A. Gestão de operações. São Paulo: Saraiva, 2013. MOREIRA, D. A. Administração da produção e operações. São Paulo: Pioneira, 2008. SLACK, N. Administração da produção. São Paulo: Atlas, 2009.

Relação dos componentes curriculares**Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)**

12 11255 - Comportamento do Consumidor e do Comprador CHT: 60 Horas**Organizacional****Ementa**

Psicologia do consumidor. Fatores internos: processamento de informação; aprendizado; motivação; atitude. Fatores externos: pessoais; sócio-grupais; culturais. Processo decisório. Comportamento pós-compra. Características da compra organizacional: demanda; objetivos; critérios; relacionamentos; etapas na decisão de compra. Compra industrial. Compra de revendedor. Discussão sobre a etnia no consumo brasileiro. Analisar a questão da etnia como critério de segmentação do mercado.

Objetivos

Possibilitar ao aluno conhecer diversas abordagens voltadas à compreensão do comportamento do consumidor e estratégias de pesquisa que permitam o levantamento de diferentes perfis de consumidores, com seus respectivos comportamentos de compra, para direcionar adequadamente esforços de comunicação e estratégias de marketing.

Competências / Habilidades**CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO****CT 02 EXERCER A CIDADANIA****CGGC03** Orientar suas ações e atitudes em princípios éticos, respeitando a pluralidade de ideias, crenças, raças e gênero. **(HAGC06** Acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização.)**Bibliografia**

BAILY, P. Compras: princípios e administração. São Paulo: Atlas, 2000. GIGLIO, E. O Comportamento do Consumidor. 4ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013. KARSAKLIAN, E. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2004.

Bibliografia complementar

FOGGETTI, C. (Org.) Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015 (Biblioteca Virtual). MINIARD, P.; ENGEL, J.; BLACKWEL, R. D. Comportamento do consumidor. São Paulo: Thomson, 2000. NEALE, M. Hábitos de consumo. Rio de Janeiro: Campus, 2009. SAMARA, B. S.; MORSCH, M. A. Comportamento do Consumidor: Conceitos e Casos. São Paulo: Pearson, 2005 UNDERHILL, P. Vamos as compras! A ciência do consumo. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

3º Semestre

13 11420 - **Matemática Comercial e Financeira**

CHT: 60 Horas

Ementa

Números Proporcionais (razões e proporções, médias, números proporcionais); Grandezas Proporcionais (grandezas proporcionais, porcentagem, operações comerciais); Sistema de Capitalização Simples (conceitos, juros simples, montante, descontos); Sistema de Capitalização Composta (juro e montante compostos, taxas de juros, desconto); Financiamentos (empréstimos, inflação).

Objetivos

Desenvolver e aplicar a lógica e as técnicas da matemática comercial e de cálculos financeiros para solucionar problemas pertinentes à área financeira e apoiar o processo de tomada de decisões na esfera das finanças corporativas.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC17** Efetuar cálculos matemáticos aplicados à gestão comercial e financeira.)

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC17** Efetuar cálculos matemáticos aplicados à gestão comercial e financeira.)

CGGC04 Entender a organização, seus métodos de gestão, bem como suas inter-relações com o ambiente externo. (**HAGC17** Efetuar cálculos matemáticos aplicados à gestão comercial e financeira.)

CGGC05 Comprometer-se com a ética de atuação profissional e com a organização solidária da vida em sociedade, bem como o cuidado de desenvolver-se como cidadão, o que se pressupõem uma postura autônoma. (**HAGC17** Efetuar cálculos matemáticos aplicados à gestão comercial e financeira.)

Bibliografia

ASSAF NETO, A. Matemática financeira e suas aplicações. 13ª ed. São Paulo: Atlas, 2012. FARIA, R. G. Matemática Comercial e Financeira: com exercícios e cálculos em Excel e HP 12C. São Paulo: Editora Ática, 2007. NASCIMENTO, S. V. do. Matemática para concursos matemática comercial e financeira: raciocínio lógico e quantitativo. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2008.

Bibliografia complementar

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. Matemática financeira com HP 12C e Excel. São Paulo: Atlas, 2008. CASTANHEIRA, N. P.; SERENATO, V. S. Matemática Financeira e Análise Financeira para Todos os Níveis. Paraná: Juruá, 2011. CASTANHEIRA, N. P. Noções básicas de matemática comercial e financeira. Curitiba: Intersaberes, 2012 (Biblioteca Virtual). HAZZAN, S.; POMPEO, J. N. Matemática financeira. São Paulo: Saraiva, 2007. PUCCINI, A. L. Matemática Financeira: objetiva e aplicada. São Paulo: Saraiva, 2009.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

14

11137 - **Gestão de Custos**

CHT: 60 Horas

Ementa

Conceituação de custos. Determinação dos modelos de custos. Contabilização de operações de aquisição de matérias-primas, embalagens. Controle e avaliação de estoques de matérias-primas, embalagens, produtos prontos e produtos em fabricação. Cálculo e contabilização do custo dos produtos vendidos (CPV) e do custo dos serviços prestados (CSP). Formação do preço de venda. Cálculo, interpretação e análise da margem de contribuição e ponto de equilíbrio. Implantação de sistemas de custeio. Elaboração do Resultado Operacional.

Objetivos

Compreender o processo de formação dos custos de produção, preço de venda e seus componentes, bem como avaliar os métodos de custeio. Permitindo a análise do custo, volume e lucro como instrumento para tomada de decisão.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC18** Compreender os fundamentos, conceitos, métodos e técnicas relativas a contabilidade de custos e sua gestão.)

Bibliografia

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. Gestão de custos e formação de preços. São Paulo: Atlas, 2016. LEONE, G. S. G. Curso de contabilidade de custos. São Paulo: Saraiva, 2009. MARTINS, E. Contabilidade de custos. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia complementar

BEULKE, R.; BERTÓ, D. J. Estrutura e análise de custos. São Paulo: Saraiva, 2001. MEGLIORINI, E. Custos. São Paulo: Makron Books, 2007. SANTOS, L. F. B. dos. Gestão de custos: ferramentas para a tomada de decisões. Curitiba: Intersaberes, 2013 (Biblioteca Virtual). SCHIER, C. U. C. Gestão de custos. Curitiba: Intersaberes, 2013. Série Gestão Financeira (Biblioteca Virtual). SILVA JR., J. B. Custos: planejamento, implantação e controle. São Paulo: Atlas, 2000.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

15

11213 - **Administração de Vendas**

CHT: 60 Horas

Ementa

Planejamento de vendas. Organização de vendas. Direção das operações de vendas. Avaliação do desempenho das vendas.

Objetivos

Ao final do semestre, os alunos deverão ser capazes de identificar e aplicar as técnicas de administração de vendas, no que tange ao planejamento, à organização, à direção e ao controle de sistemas de comercialização.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC01** Identificar o processo de comercialização e conseguir geri-lo. **HAGC06** Acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização. **HAGC11** Aplicar o processo de planejamento estratégico para as ações de vendas da organização. **HAGC13** Coletar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades de comercialização, tais como: concorrência, demanda, volume de vendas por loja ou por vendedor e outros relacionados com o desempenho da empresa.)

Bibliografia

LAS CASAS, A. L. Técnicas de vendas: como vender e obter bons resultados, 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. LAS CASAS, A. L. Administração de Vendas. São Paulo: Atlas, 2005. MAGALDI, S. Vendas 3.0: Reposicionando o vendedor, a equipe de vendas e toda a organização. Rio de Janeiro: Campus, 2014.

Bibliografia complementar

CASTRO, L. T. Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2011. GOBE, A. C. ET. AL. Administração de vendas. São Paulo: Saraiva, 2001. HILMANN, R. Administração de vendas, varejo e serviços. Curitiba: Intersaberes, 2013 (Biblioteca Virtual). NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. Administração de Vendas. São Paulo: Atlas, 2008. PARENTE, J. Varejo no Brasil - Gestão e Estratégia. São Paulo: Atlas, 2009.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

16

11418 - **Estatística Aplicada**

CHT: 60 Horas

Ementa

Abordar conceitos de estatística para a aplicação prática nos processos de decisões de investimentos das empresas, incorporando a estatística descritiva que abrange a coleta, a organização e a análise de dados, bem como correlação e regressão de variáveis, deflacionamento e séries temporais.

Objetivos

Ao final da disciplina, o aluno deve estar apto a trabalhar, a gerenciar e a realizar recomendações existentes em relatórios que contenham análises descritivas e preditivas, podendo, assim, colocar em prática as informações de valor estratégico para sua empresa.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGA19** Analisar dados e utilizar ferramentas estatísticas para qualificar e quantificar modelos estatísticos à realidade do profissional tecnólogo em gestão comercial.)

Bibliografia

BUSSAB, W. de O; MORETTIN, P. A. Estatística Básica. 8ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010. LARSON, R.; FARBER, B. Estatística Aplicada. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. SPIEGEL, M. Estatística. Rio de Janeiro: Livro Técnico, 2009.

Bibliografia complementar

ANDERSON, D. R.; SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. J. Estatística aplicada à Administração e Economia. São Paulo: Pioneira Thomson, 2008. CASTANHEIRA, N. P. Estatística aplicada a todos os níveis. Curitiba: Intersaberes, 2012 (Biblioteca Virtual). FREUD, J. E. Estatística aplicada: economia, administração e contabilidade. Porto Alegre: Bookman, 2006. THURMAN, P. W. Estatística – Série Fundamentos. São Paulo: Saraiva, 2012. TRIOLA, M. F. Introdução à estatística. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

17

11803 - **Técnicas de Negociação e de Compra e Venda**

CHT: 60 Horas

Ementa

Disciplina extensionista que se fundamenta na evolução da importância em se identificar os processos de negociação de compra e de venda. Comportamento e postura do vendedor e do comprador organizacional. Influências no processo de compra. Poder de negociação. Utilizar técnicas práticas de interação e aplicar estratégias de negociação, desenvolvendo simultaneamente as competências necessárias para aumentar a eficácia na preparação, gestão e controle dos processos de negociação de compra e venda.

Objetivos

Ao final do semestre, os alunos deverão ser capazes de identificar e aplicar as técnicas de negociação de compra e venda, no que tange ao planejamento, a organização e as estratégias mais utilizadas em uma negociação.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC20** Analisar e discutir os fundamentos e objetivos do comportamento do consumidor.)

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC07** Gerir relações com fornecedores e clientes utilizando técnicas de negociação, de compra e venda. **HAGC11** Aplicar o processo de planejamento estratégico para as ações de vendas da organização.)

Bibliografia

LAS CASAS, A. L. Técnicas de vendas. São Paulo: Atlas, 2011. MARTINELLI, D. P.; GHISI, F. A. Negociação: aplicações práticas de uma abordagem sistêmica. São Paulo: Saraiva, 2010. MICHAELSON, G. A.; MICHAELSON, S. W. Estratégias de Vendas: Como utilizar A Arte da Guerra para Construir Relacionamentos Duradouros com Seus Clientes e Ser Bem-Sucedido nas Vendas. São Paulo. M. Books, 2013.

Bibliografia complementar

ALMEIDA JR., S. de. Negociação: Técnica e arte. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005. BERG, E. A. Negociação: Técnicas Eficazes para Resultados Concretos. Curitiba: Juruá, 2011. FISHER, R.; URI, W.; PATTON, B. Como chegar ao sim: a negociação de acordos sem concessões. Rio de Janeiro: Editora Imago, 2005. FRADERA, V. M. J. de; MOSER, L. G. M. A compra e venda internacional de mercadorias. São Paulo: Atlas, 2011. VASQUES, E. F. (Org.) Técnicas de negociação e apresentação. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014 (Biblioteca Virtual).

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

18

11421 - **Negócios Eletrônicos**

CHT: 60 Horas

Ementa

Visão geral, conceitos, características do negócio eletrônico e do comércio eletrônico. Negócios eletrônicos. Internet, Extranets e Intranets, e Portais corporativos. Sistemas de Pagamento Eletrônico. Estratégia e implementação do negócio eletrônico e do comércio eletrônico. Tendências. Política Ambiental no descarte de eletrônicos.

Objetivos

Ao final da disciplina, o aluno deverá ter condições de utilizar as ferramentas de informática mais empregadas nas organizações, como: windows, editor de textos, planilha eletrônica, software de apresentação, banco de dados, internet, correio eletrônico e intranets. Trabalhar com conceitos das diversas tecnologias de informação disponíveis aplicados à gestão comercial: redes de computadores, sistemas de processamento de dados integrados, sistemas de informações gerenciais e de apoio à decisão, groupware, workflow, internet, intranet, extranet.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC05** Incentivar os participantes para o espírito empreendedor. **HAGC15** Saber analisar e selecionar modernos recursos de tecnologia de informação tendo por base a sua realidade organizacional.)

Bibliografia

COSTA, G. C. G da. Negócios eletrônicos: uma abordagem estratégica e gerencial. Curitiba: Inter-saberes, 2013 (Livro Virtual). LIMEIRA, T. M. V. E-marketing: o marketing na internet com casos brasileiros. São Paulo: Saraiva, 2007. TURBAN, E.; MCLEAN, E.; WETHERBE, J. Tecnologia da informação para gestão. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Bibliografia complementar

BEAL, A. Gestão estratégica da informação. São Paulo: Atlas, 2008. CARVALHO, T. C. M. de B.; XAVIER, L.H. (org.) Gestão de resíduos eletrônicos: uma abordagem prática para a sustentabilidade. 1ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013. O'BREIN, J. A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet. São Paulo: Saraiva, 2004. REZENDE, D. A. Tecnologia da informação aplicada a sistemas de informação empresariais: o papel estratégico da informação e dos sistemas de informação nas empresas. São Paulo: Atlas, 2001. VENTURA, L. H. Comércio e contratos eletrônicos. São Paulo: Editora Edipro, 2010.

**Relação dos componentes curriculares
 Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)**

4º Semestre

19	11804 - Análise, Concessão de Crédito e Técnicas de	CHT: 60 Horas
----	--	---------------

Cobrança

Ementa

Políticas de análise e concessão de crédito. Riscos e limites de crédito. Detalhamento das partes que integram o processo de crédito. Sistemas de crédito. O papel do crédito na empresa varejista no contexto de financiamento.

Objetivos

Apresentar as técnicas e os instrumentos de análises e concessão de crédito comercial, a serem aplicados na administração e gestão do varejo sob a ótica de decisão. Capacitar profissionalmente, através da elaboração de situações e simulações com as áreas de crédito e cobrança, proporcionando oportunidades de compreensão da integração e modelagem de crédito comercial.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC10** Utilizar técnicas de cobrança, análise e concessão de crédito.)

Bibliografia

ALBUQUERQUE, A. R.; ALBUQUERQUE, J. B. Ação de Cobrança e Seus procedimentos. 4ª ed. São Paulo: Contemplan, 2013. DUTZIG, J. B. A importância da análise das demonstrações financeiras na concessão de crédito. Taquara: Faccat, 2002. SANTOS, J. O. Análise de Crédito. São Paulo: Atlas, 2015.

Bibliografia complementar

BROM, L. G. Crédito Comercial: administração das vendas a prazo. São Paulo: Iglu, 2003. RODRIGUES, C. M. Análise de crédito e risco. Curitiba: Intersaberes, 2012 (Biblioteca Virtual). SILVA, J. P. de. Gestão e Análise de Risco de Crédito. São Paulo: Atlas, 2014. SILVA, R. F. da. Chega de inadimplência: cobrança e recuperação de valores. São Paulo: Pillares, 2011. TAVARES, R. Operações de crédito: produtos e serviços bancários. Curitiba: Intersaberes, 2014. (Biblioteca Virtual).

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

20

11217 - **Empreendedorismo**

CHT: 60 Horas

Ementa

Perfil do empreendedor. Atitude empreendedora. O processo empreendedor. Empreendedor em potencial e empreendedor praticante. As dimensões da capacidade empreendedora. Estruturação do plano de negócio. Ecoempreendedorismo. Organizações e meio ambiente. Gestão ambiental corporativa. Instrumentos e mecanismos de gestão ambiental estratégico.

Objetivos

Desenvolver e aperfeiçoar as características necessárias ao comportamento empreendedor. Estimular a criação de negócios. Aguçar a identificação de oportunidades de negócios. Pesquisar e aplicar conhecimentos a casos concretos. Decidir em cenários alternativos. Construir planos de negócios.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC05** Incentivar os participantes para o espírito empreendedor.)

Bibliografia

BERNARDES, C.; MARCONDES, R. C. Criando empresas para o sucesso – empreendedorismo na prática. São Paulo: Saraiva, 2000. CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas a esse espírito. São Paulo: Saraiva, 2012. DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2017.

Bibliografia complementar

ANDRADE, R. O. B.; TACHIZAWA, T.; CARVALHO, A. B. Gestão Ambiental – Enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. São Paulo: Makron Books, 2002. BERNARDI, L. A. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. SP: Atlas, 2012. LEITE, E. F. O Fenômeno do Empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2012. OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo Social: da teoria à prática, sonho à realidade. Rio de Janeiro: Qualytimark, 2008. SOUZA, E. L. de.; GUIMARÃES, T. de A. (Org.) Empreendedorismo além do plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2005.

Relação dos componentes curriculares

Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

21 11238 - **Elaboração e Análise de Projetos**

CHT: 60 Horas

Ementa

Introdução e contexto do gerenciamento de projetos: definições e objetivos, o gerente de projetos, as fases do projeto. Principais processos e áreas de conhecimento da gestão de projetos: gestão de escopo; gestão de tempo; gestão de custos; gestão da qualidade; gestão de pessoas; gestão de comunicação; gestão de riscos; gestão de aquisições; gestão da integração.

Objetivos

Demonstrar a necessidade da visão estratégica na elaboração de projetos e a importância do projeto no processo de planejamento. Capacitar os discentes a elaborar, analisar e gerenciar projetos de investimento. Transmitir conhecimentos básicos e técnicas necessárias para a elaboração e o moderno gerenciamento de projetos de investimento. Apresentar uma visão geral do Conjunto de Conhecimentos em Gerenciamento de Projetos segundo o guia PMBOK. No final do semestre, os alunos deverão estar em condições de conhecer e identificar as etapas e a composição de um projeto e os critérios para uma análise de viabilidade de investimentos, analisar a viabilidade econômica de um empreendimento e escolher a melhor alternativa de investimento.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC04 Entender a organização, seus métodos de gestão, bem como suas inter-relações com o ambiente externo. (

HAGC05 Incentivar os participantes para o espírito empreendedor. **HAGC13** Coletar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades de comercialização, tais como: concorrência, demanda, volume de vendas por loja ou por vendedor e outros relacionados com o desempenho da empresa.)

Bibliografia

ARMANI, D. Como elaborar projetos? Guia prático para elaboração e gestão de projetos sociais. Porto Alegre: Torno, 2000. BOENTE, A. Gerenciamento e controle de projetos. São Paulo: Axcel Books, 2003. VALERIANO, D. L. Moderno Gerenciamento de Projetos. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2015.

Bibliografia complementar

KEELING, R. Gestão de Projetos – uma abordagem global. São Paulo: Saraiva, 2002. PRADO, D. Gerenciamento de programas e projetos nas organizações. São Paulo: INDG, 2004. PRADO, D. Planejamento e Controle de projetos. São Paulo: EDG, 2004. REBELATTO, D. (org.). Projeto de Investimento. Barueri, SP: Manole, 2004. (Biblioteca Virtual). XAVIER, C. M. da S. Gerenciamento de Projetos: como definir e controlar o escopo do projeto. São Paulo: Saraiva, 2008.

Relação dos componentes curriculares

Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

22

11223 - **Pesquisa Mercadológica**

CHT: 60 Horas

Ementa

Natureza e objeto da pesquisa mercadológica. Método científico. Projeto de pesquisa. Formulação do problema de pesquisa. Universo e amostra. Métodos de coleta de dados. Instrumento de pesquisa. Análise de dados. Tipos de pesquisa mercadológica.

Objetivos

Disseminar conhecimentos sobre pesquisa mercadológica de modo a capacitar os acadêmicos a desenvolver os processos pertinentes, estabelecendo ainda condições para discernimentos críticos sobre o assunto. Para tanto, compreender os fundamentos da pesquisa mercadológica; definir e disseminar a utilidade e aplicabilidade da pesquisa de marketing; contextualizar e praticar os processos e técnicas de pesquisa mercadológica; entender os mecanismos do planejamento da pesquisa de mercado; operacionalizar propostas de pesquisa mercadológica e estabelecer posicionamentos críticos sobre resultados de pesquisa mercadológica, são questões importantes para o processo.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC13** Coletar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades de comercialização, tais como: concorrência, demanda, volume de vendas por loja ou por vendedor e outros relacionados com o desempenho da empresa. **HAGA19** Analisar dados e utilizar ferramentas estatísticas para qualificar e quantificar modelos estatísticos à realidade do profissional tecnólogo em gestão comercial.)

Bibliografia

AAKER, D. K.; DAY, G. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2004. CHURCHILL, G. A.; PETER, P. Marketing: criando valor para o cliente. São Paulo: Saraiva, 2000. MALHOTRA, N. K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2012.

Bibliografia complementar

MATTAR, F. N. Pesquisa de Marketing. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2001. RODRIGUES, A. (Org.) Pesquisa mercadológica. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015 (Biblioteca Virtual). VIRGILITTO, S. B. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2010. YASUDA, A.; OLIVEIRA, D. M. T. de. Pesquisa de Marketing: Guia para a Prática de Pesquisa do Mercado. São Paulo: Cengage Learning, 2012. ZIKMUND, W. Princípios da pesquisa de marketing. São Paulo: Thomson, 2006.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

23

11151 - **Economia e Mercado**

CHT: 60 Horas

Ementa

Sistema econômico. Estruturas de mercado (funcionamento do mercado, concorrência). Teoria do consumidor (comportamento do consumidor). Teoria da produção e custos. Noções de Macroeconomia. Taxas de câmbio. Mercado internacional. Política fiscal e tributária. Inflação e índice de preços. Comportamento da economia brasileira. Economia e meio ambiente.

Objetivos

Examinar o instrumental da Teoria Econômica e do Mercado vinculado a questões de formação estrutural e a circunstâncias conjunturais, oportunizando a compreensão dos desafios para o desenvolvimento e crescimento econômico, associando-a aos fatores sócio-culturais e históricos que referenciem as opções de desenvolvimento adotadas em cada momento relevante da vida nacional.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC05** Incentivar os participantes para o espírito empreendedor.)

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

Bibliografia

EQUIPE DE PROFESSORES DA USP: Manual de economia. 4ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003. SILVA, C. R. L. da. Economia e Mercados: introdução à economia. São Paulo: Saraiva, 2010. VASCONCELOS, M.A. Economia: Micro e Macro. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Bibliografia complementar

BRUNSTEIN, I. Economia de empresas: gestão econômica de negócios. São Paulo: Atlas, 2013. CARLOS, R. M.; NOGAMI, O. Princípios de economia. São Paulo: Pioneira, 2006. FRANÇA, A. S. de. A Previdência Social e Economia dos municípios. Brasília: ANFIP, 2011. MAY, P. H.; LUSTOSA, M. C; VINHA, V. Economia do Meio Ambiente: Teoria e Prática. 2ª ed. Elsevier, 2010. SILVA, A. A. da. Economia e espiritualidade: reformando o mundo dos negócios. Canela: Do autor, 2011.

Relação dos componentes curriculares

Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

24 11221 - **Marketing de Relacionamento**

CHT: 60 Horas

Ementa

Possibilitar aos alunos o domínio da abordagem da concorrência individualizada. Planejar a adoção desta forma de fazer negócios que fideliza o cliente e melhora as margens de contribuição das empresas.

Objetivos

Expor as características do Marketing de Relacionamento. Conscientizar sobre a necessidade de relacionamento no marketing atual. Dotar os alunos das premissas, dos conhecimentos e dos exercícios práticos de programas de relacionamento e de fidelização de clientes.

Competências / Habilidades

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC04** Compreender o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes.)

Bibliografia

GUMMENSSON, E. Marketing de relacionamento total. Porto Alegre: Bookman, 2010. MADRUGA, R. Guia de implementação de Marketing de Relacionamento e CRM. São Paulo: Atlas, 2010. ZENONE, L. C. Marketing de Relacionamento: Tecnologia, Processos e Pessoas. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia complementar

VAZ, C. A. Os 8 P's do Marketing Digital. São Paulo: Novatec, 2011. ALVES, E. B.; BARBOSA, M.M.; ROLON, V.E.K. Marketing de relacionamento. Curitiba: Intersaberes, 2014 (Biblioteca Virtual). BORBA, V. R. Marketing de Relacionamento para Organizações. São Paulo: Atlas, 2004. KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAVAN, I. Marketing 3.0. São Paulo: Elsevier, 2010. KOTLER, P.; KOTLER, M. Marketing de Crescimento: 8 Estratégias para conquistar mercados. São Paulo: Campus, 2013.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

5º Semestre

25

11805 - **Técnicas de Exposição de Produtos e Visual**

CHT: 60 Horas

Merchandising

Ementa

Noções básicas de organização, exposição de produtos e material promocional em pontos de venda e vitrines atendendo às necessidades de demonstração do objeto nas vitrines de acordo com o público alvo, reconhecendo a importância do Visual Merchandising e adquirindo conhecimentos técnicos que permitam a sua aplicação para o aumento de vendas, atingir o consumidor no ponto-de-venda e fixar a marca junto ao cliente. Avaliação das formas convencionais, tradicionais e alternativas de uso e descarte de material e impacto sobre o meio ambiente.

Objetivos

Ao final da disciplina o aluno deverá estar apto a trabalhar com a organização e a exposição de produtos, bem como com materiais promocionais em pontos de venda e na apresentação adequada de vitrines, visando a conscientização da importância do merchandising visual para o aumento das vendas.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC20** Analisar e discutir os fundamentos e objetivos do comportamento do consumidor.)

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

Bibliografia

BLESSA, R. Merchandising no ponto de venda. São Paulo: Atlas, 2006. EBSTER, C.; GARAUS, M.; MALHOTRA, N. K. Design de Loja e Merchandising Visual – Criando um ambiente que convida a comprar. São Paulo: Saraiva, 2013. GUMMENSSON, E.. Marketing de relacionamento total. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Bibliografia complementar

ALVAREZ, F. J. S. M. Trade Marketing: a conquista do consumidor no ponto de vendas. São Paulo: Saraiva, 2008. MIGUEZ, E. C. Logística Reversa Como Solução Para o Problema do Lixo Eletrônico: Benefícios Ambientais e Financeiros. 1ª ed. Rio de Janeiro, QualityMark, 2012. MORGAN, T. Visual Merchandising: Vitrines e Interiores Comerciais. São Paulo: GG, 2017. SIMONET, S. Trade marketing: estratégias e práticas para o ponto de venda. São Paulo: Jurva, 2009. ZENONE, L. C.; BUAIRIDE, A. M. R. Marketing da promoção e merchandising. São Paulo: Thomson, 2005.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

26

11220 - **Marketing Estratégico**

CHT: 60 Horas

Ementa

Disciplina extensionista que se fundamenta na evolução do marketing e de estratégias corporativas (nível estratégico, tático e operacional). Processo estratégico de marketing. Mudança no ambiente de marketing: forças sociais; tecnológicas; competitivas; reguladoras. Ética e responsabilidade social em marketing. Gerenciamento da marca. Estratégias de promoções de exportações. O Brasil, os mercados comuns e globalização. Caracterização das estratégias ambientais como fatores de competitividade e legitimidade organizacional.

Objetivos

Configurar abordagens de marketing estratégico de modo a estabelecer condições para a formulação de paradigmas relevantes de competitividade empresarial. Debater questões de competitividade de modo a adquirir consciência há cerca do adequado posicionamento empresarial no mercado. Avaliar a capacidade de movimentação da concorrência, determinando as ações estratégicas pertinentes de segmentação de mercado. Oportunizar raciocínios complexos acerca de decisões e de elementos estratégicos de vantagem competitiva. Disseminar os processos de desenvolvimento de marketing estratégico, a partir de reflexões sobre o conhecimento.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC06** Acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização.)

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC04** Compreender o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes. **HAGC06** Acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização. **HAGC05** Incentivar os participantes para o espírito empreendedor.)

CGGC04 Entender a organização, seus métodos de gestão, bem como suas inter-relações com o ambiente externo. (

HAGC05 Incentivar os participantes para o espírito empreendedor. **HAGC06** Acompanhar o cenário de vendas da atualidade de forma a antever as principais tendências que poderão afetar a organização. **HAGC04** Compreender o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes.)

Bibliografia

GRACIOSO, F. Marketing Estratégico. São Paulo: Atlas, 2007. LAS CASAS, A. L. Plano de marketing para micro e pequena empresa. São Paulo: Atlas, 2007. SILVA, H. H.; SCHENINI, P. H.; TENCA, E. C. Planejamento Estratégico de Marketing. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

Bibliografia complementar

AMBROSIO, V. Plano de marketing: um roteiro para a ação. 2ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012 (Biblioteca Virtual). CRAVENS, D. W.; PIERCY, N. Marketing estratégico. São Paulo: Magraw-Hill, 2007. HOFFMAN, K. D. et al. Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Cengage Learning, 2009. PINHEIRO, D. Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação: suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. São Paulo: Atlas, 2009. PORTER, M. Estratégia Competitiva. São Paulo: Campus, 2004.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

27

11806 - **Gestão da Comunicação e Merchandising**

CHT: 60 Horas

Empresarial

Ementa

Estudo da comunicação na área mercadológica. O plano de comunicação. Atividades básicas de comunicação na empresa. O estudo da formação vendas e do merchandising.

Objetivos

Apresentar os principais fundamentos da comunicação focada no ambiente das empresas e sua inserção no contexto do marketing, contemplando o diagnóstico, o planejamento, a estratégia e a gestão dos ativos comunicacionais. O desenvolvimento de um plano de comunicação mercadológica faz parte do contexto.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CGGC02 Demonstrar visão sistêmica e estratégica em relação ao mercado nos contextos e cenários em que se inserem as organizações. (**HAGC01** Identificar o processo de comercialização e conseguir geri-lo. **HAGC04** Compreender o composto de marketing como fator que influencia na atração, no desenvolvimento e na fidelização dos clientes.)

Bibliografia

BLESSA, R. Merchandising no ponto de venda. São Paulo: Atlas, 2006. KUNSCH, M. M. K. Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009. KUNSCH, M. M. K. Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas. 2ª ed. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2009.

Bibliografia complementar

BUENO, W. da C. Comunicação empresarial: políticas e estratégias. São Paulo: Saraiva, 2009. COSTA, M. C. C. Gestão da comunicação: terceiro setor, organizações não governamentais, responsabilidade social e novas formas de cidadania. São Paulo: Atlas, 2006. TAMANHA, P. Planejamento de mídia: teoria e experiência. 2ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011 (Biblioteca Virtual). TAVARES, M. Comunicação empresarial e planos de comunicação. São Paulo: Atlas, 2010. TERCOTTI, S. H.; MACARENCO, I. Comunicação empresarial na prática. São Paulo: Saraiva, 2009.

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

28 11514 - **Diagnóstico da Área Comercial**

CHT: 60 Horas

Ementa

Realização de um Diagnóstico Organizacional completo, fundamentado teoricamente, com análise crítica do acadêmico. Este diagnóstico deverá conter: Levantamento da Situação Atual, Análise da Situação Atual, Proposta de Melhoria ou Plano de Ação. Apresentação final na forma de artigo científico.

Objetivos

O aluno deverá desenvolver um diagnóstico organizacional visando a obtenção de um conhecimento sistêmico da área comercial de um empreendimento, onde o levantamento da situação atual, a análise desta situação, o desenvolvimento de uma proposta de melhoria e um adequado plano de ação, fazem parte do contexto.

Competências / Habilidades

CT 01 CONSTRUIR E ARTICULAR O CONHECIMENTO

CT 03 ATUAR DE FORMA CRIATIVA E ESTRATÉGICA

CGGC01 Agir de forma analítica, criativa, com equilíbrio, flexibilidade e adaptabilidade diante de situações organizacionais desafiadoras. (**HAGC13** Coletar, organizar e analisar dados relevantes para as atividades de comercialização, tais como: concorrência, demanda, volume de vendas por loja ou por vendedor e outros relacionados com o desempenho da empresa.)

Bibliografia

ADIZES, I. Os ciclos de vida das organizações: como e porque as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito. São Paulo: Pioneira, 1990. SOUZA, O. G. de. Consultoria empresarial. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016 (Biblioteca Virtual). OLIVEIRA, D. de P. R. de. Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia, práticas. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia complementar

BAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A. Plano de negócios: estratégias para micro e pequenas empresas. Barueri, SP: Manole, 2012 (Biblioteca Virtual). CLEGG, S. R.; HARDY, C.W.R. (Org.). Handbook de estudos organizacionais: reflexos e novas direções. São Paulo: Atlas, 2001. CUNHA, J. L. L. Consultoria empresarial. Curitiba: Intersaberes, 2013 (Biblioteca Virtual). MANHEIM, K. Diagnóstico de nosso tempo. Rio de Janeiro: Zahar, 1967. MINTZBERG, H. Criando organizações eficazes. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Componentes extras

Relação dos componentes curriculares
Gestão Comercial (Matriz: 35 Currículo: 1)

29 11354 - Língua Brasileira de Sinais - Libras

CHT: 60 Horas

Ementa

Noções básicas sobre a Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS. Noções sobre o processo lingüístico que envolve a comunicação entre surdos e ouvintes. Cultura surda. Demandas sociais e educacionais da comunidade surda.

Objetivos

Visa disponibilizar meios de comunicação através do processo linguístico que envolve pessoas com deficiência de audição.

Competências / Habilidades

CT 02 EXERCER A CIDADANIA

CGGC05 Comprometer-se com a ética de atuação profissional e com a organização solidária da vida em sociedade, bem como o cuidado de desenvolver-se como cidadão, o que se pressupõem uma postura autônoma.

Bibliografia

FERREIRO, E. Reflexões sobre a alfabetização. Tradução: Horácio Gonzales (et. Al.). São Paulo: Cortez: Autores Associados, 2011. QUADROS, R. M. de.; KARNOPP, L.B. Língua de sinais brasileira: estudos linguísticos. Porto Alegre: Artmed, 2004. SKLIAR, C. (Org.). Educação e exclusão de abordagens sócio antropológicas em educação especial. Porto Alegre: Mediação, 2004.

Bibliografia complementar

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Ensino de língua portuguesa para surdos: caminhos para a prática pedagógica. V. 1, Brasília: MEC, 2004. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Ensino de língua portuguesa para surdos: caminhos para a prática pedagógica. V. 2, Brasília: MEC, 2004. QUADROS, R. M. de. O tradutor e interprete de língua brasileira de sinais e língua portuguesa. Brasília: MEC, 2004. RAPHAEL, W. D.; CAPOVILLA, F.C. (Org.) Enciclopédia da língua de sinais brasileira: o mundo dos surdos em libras. V. 1, São Paulo: FAPESP, 2004. RAPHAEL, W. D.; CAPOVILLA, F.C. (Org.) Enciclopédia da língua de sinais brasileira: o mundo dos surdos em libras. V. 2, São Paulo: FAPESP, 2004. SILVA, R.D. (Org.). Língua brasileira de sinais. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015 (Biblioteca Virtual).

Quadro de competências - Gestão Comercial Currículo: 1 - Início de vigência: 2023/1

Componentes curriculares	Competências							
	CT 01	CT 02	CT 03	CGGC01	CGGC02	CGGC03	CGGC04	CGGC05
35-1 - Fundamentos do Processo Administrativo	■	■	■	■	■	■	■	■
35-2 - Português	■	■	■	■	■	■	■	■
35-3 - Filosofia e Ética Empresarial	■	■	■	■	■	■	■	■
35-4 - Direito Empresarial e do Consumidor	■	■	■	■	■	■	■	■
35-5 - Fundamentos de Gestão de Pessoas	■	■	■	■	■	■	■	■
35-6 - Formação e Desenvolvimento da Equipe de Vendas	■	■	■	■	■	■	■	■
35-7 - Fundamentos de Marketing	■	■	■	■	■	■	■	■
35-8 - Excelência no Atendimento ao Cliente	■	■	■	■	■	■	■	■
35-9 - Contabilidade Introdutória	■	■	■	■	■	■	■	■
35-10 - Gestão de Serviços	■	■	■	■	■	■	■	■
35-11 - Gestão de Operações e Logística	■	■	■	■	■	■	■	■
35-12 - Comportamento do Consumidor e do Comprador Organizacional	■	■	■	■	■	■	■	■
35-13 - Matemática Comercial e Financeira	■	■	■	■	■	■	■	■
35-14 - Gestão de Custos	■	■	■	■	■	■	■	■
35-15 - Administração de Vendas	■	■	■	■	■	■	■	■
35-16 - Estatística Aplicada	■	■	■	■	■	■	■	■
35-17 - Técnicas de Negociação e de Compra e Venda	■	■	■	■	■	■	■	■
35-18 - Negócios Eletrônicos	■	■	■	■	■	■	■	■
35-19 - Análise, Concessão de Crédito e Técnicas de Cobrança	■	■	■	■	■	■	■	■
35-20 - Empreendedorismo	■	■	■	■	■	■	■	■
35-21 - Elaboração e Análise de Projetos	■	■	■	■	■	■	■	■
35-22 - Pesquisa Mercadológica	■	■	■	■	■	■	■	■
35-23 - Economia e Mercado	■	■	■	■	■	■	■	■
35-24 - Marketing de Relacionamento	■	■	■	■	■	■	■	■
35-25 - Técnicas de Exposição de Produtos e Visual Merchandising	■	■	■	■	■	■	■	■
35-26 - Marketing Estratégico	■	■	■	■	■	■	■	■
35-27 - Gestão da Comunicação e Merchandising Empresarial	■	■	■	■	■	■	■	■
35-28 - Diagnóstico da Área Comercial	■	■	■	■	■	■	■	■
35-29 - Língua Brasileira de Sinais - Libras	■	■	■	■	■	■	■	■