



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO FIC –  
PROMOTOR DE VENDAS**  
**MODALIDADE: EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA**  
**EIXO TECNOLÓGICO: GESTÃO E NEGÓCIOS**



TERESINA – PI, JUNHO DE 2020.

**REITOR**

Paulo Henrique Gomes de Lima

**PRÓ-REITORA DE ENSINO**

Laura Maria Andrade de Sousa

**DIRETOR DE ENSINO TÉCNICO**

Márcio Aurélio Carvalho de Moraes

**DIRETORA DE POLÍTICAS PEDAGÓGICAS**

Oridéia de Sousa Lima

**COORDENADORA-GERAL DA REDE E-TEC IFPI**

Claudete de Jesus Ferreira da Silva

**COORDENADOR-GERAL DA REDE E-TEC IFPI**

Allan Kout Lima de França

## SUMÁRIO

1. CARACTERÍSTICAS DO CURSO .....	4
1.1 Identificação .....	4
2. DADOS GERAIS DO CURSO.....	5
3. APRESENTAÇÃO.....	5
4. JUSTIFICATIVA.....	6
5. OBJETIVOS DO CURSO.....	8
5.1 Objetivo geral:.....	8
5.2 Objetivos específicos: .....	8
6. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO .....	9
7. PÚBLICO-ALVO.....	9
8. DIFERENCIAIS DO CURSO .....	9
9. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO .....	10
10. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM .....	10
11. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A ....	11
CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE .....	11
12. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO .....	12
13. MATERIAL DIDÁTICO-PEDAGÓGICO.....	12
14. PAPEL DOS PROFESSORES MEDIADORES.....	13
15. MATRIZ CURRICULAR .....	14
16. EMENTÁRIO.....	15
17. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO.....	19
18. INFRAESTRUTURA .....	19
19. REFERÊNCIAS.....	20

## 1. CARACTERÍSTICAS DO CURSO

### 1.1 Identificação

<b>DADOS DA INSTITUIÇÃO</b>
<b>RAZÃO SOCIAL:</b> INSTITUTO FEDERAL DO PIAUÍ
<b>CNPJ:</b> 10.806.496/0001-49
<b>CAMPUS:</b> REITORIA
<b>ENDEREÇO:</b> Avenida Presidente Jânio Quadros, 330, 64053-390, Santa Isabel, Teresina (PI).
<b>TELEFONE:</b> (64) 3611-2200 – <b>SITE:</b> <a href="http://www.ifpi.edu.br">www.ifpi.edu.br</a>

<b>REITOR:</b> Paulo Henrique Gomes de Lima
<b>Campus ou unidade de ensino que dirige:</b> REITORIA
<b>Endereço:</b> Avenida Presidente Jânio Quadros, 330, CEP: 64053-390, Santa Isabel, Teresina (PI).
<b>Telefone:</b> (86) 3131-1443– <b>e-mail:</b> reitoria@ifpi.edu.br

<b>PROPONENTE:</b> Laura Maria Andrade de Sousa
<b>Campus ou unidade de ensino que está lotada:</b> Reitoria
<b>Cargo/função:</b> PRÓ-REITORA DE ENSINO
<b>Endereço:</b> Avenida Presidente Jânio Quadros, 330, CEP: 64053-390, Santa Isabel, Teresina (PI).
<b>Telefone:</b> (86) 3131-1436 – <b>e-mail:</b> proreitoria.ensino@ifpi.edu.br

## 2. DADOS GERAIS DO CURSO

**Título:** Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) – Promotor de Vendas

**Eixo Tecnológico:** Gestão e Negócios

**Modalidade:** EaD

**Carga Horária:** 160 horas

**Escolaridade Mínima:** Ensino Fundamental completo

**Idade Mínima:** outros pré-requisitos

**Classificação:** Formação Inicial e Continuada

**Número de vagas:** 50

**Frequência da oferta:** de acordo com o demandante

**Periodicidade das aulas:** mensal

**Número de turmas:** conforme demanda do campus

**Turno:** flexibilidade conforme autonomia estudantil

**Período para realização:** mínimo 2 meses e máximo 3 meses

**Local:** Picos e Teresina

## 3. APRESENTAÇÃO

O presente documento constitui o projeto pedagógico do Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) em Promotor de Vendas, na modalidade EaD – Educação a Distância. Este projeto pedagógico de curso visa contextualizar e definir diretrizes pedagógicas para o respectivo curso no âmbito do Instituto Federal do Piauí, com o objetivo de qualificação para o trabalho alçando, assim, a melhoria da qualidade de vida da comunidade, proporcionando vivências, habilidades e conhecimentos por meios estratégicos de formação para a autonomia e o exercício da cidadania e da profissionalização.

Com o curso de Formação Inicial e Continuada em Promotor de Vendas, na modalidade EaD, o IFPI propõe “uma formação que permita a mudança de perspectiva de vida por parte do educando; a compreensão das relações que de estabelecem no mundo do qual ele faz parte; a ampliação de sua leitura de mundo e a participação efetiva nos processos sociais” (BRASIL, 2009, p. 5). Dessa forma, almeja-se propiciar uma formação em que o objetivo profissionalizante não tenha

uma finalidade em si, nem seja orientado pelos interesses do mercado de trabalho, mas se constitui em uma possibilidade para a construção dos projetos de vida dos estudantes (FRIGOTTO, CIAVATTA e RAMOS, 2005).

Este documento apresenta, portanto, os pressupostos teóricos, metodológicos e didáticos pedagógicos estruturantes da proposta do curso, em consonância com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e com as bases legais da educação profissional e tecnológica, explicitadas na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), na Lei nº 11.892/08, no Decreto nº 5.154/2004 e demais normativas que regulamentam a educação profissional e tecnológica brasileira, mais especificamente as que se referem à formação inicial e continuada ou qualificação profissional.

Em todos os elementos estarão explicitados princípios, categorias e conceitos que materializarão o processo de ensino e de aprendizagem destinados a todos os envolvidos nesta práxis pedagógica.

#### **4. JUSTIFICATIVA**

O setor econômico do Estado do Piauí apresenta uma grande variedade de atividades: comércio, indústria, agricultura, pecuária, turismo e extrativismo. Dentre as citadas, a prestação de serviços e o comércio varejista se destacam com atuação em diversos segmentos.

Para manter o desenvolvimento e o fortalecimento do setor econômico, tem-se ampliado a necessidade e a possibilidade de formar novos profissionais para atuarem nesse mercado. A formação desses profissionais requer a capacidade de lidar com o avanço da ciência e da tecnologia e de estarem preparados para se adaptarem ao mundo competitivo e globalizado contemporâneo, com participação de forma proativa na sociedade e no mundo do trabalho.

A implantação do Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) em Promotor de Vendas, na modalidade EaD no Instituto Federal do Piauí justifica-se, principalmente, pela necessidade do mercado local da formação de profissionais com preparo adequado para a adaptação ao mercado atual que tem na atuação do profissional do setor comercial a possibilidade de atender aos critérios de qualidade na formação profissional de comércio e a segurança da obtenção de um profissional

ético, crítico e atento às mudanças necessárias para a permanência e sustentabilidade da empresa no mercado.

A justificativa da oferta do referido curso fundamenta-se, também, no fato de que o Instituto Federal do Piauí tem atuado de forma responsável e eficiente na formação de profissionais aptos a exercer sua função no mercado de trabalho pautados nos conhecimentos, nas competências, nas habilidades e nas atitudes exigidas para transformar e desenvolver a comercialização de bens e serviços. Neste sentido, a criação deste curso apresenta-se como uma proposta que visa atender às necessidades de formação e qualificação profissional existente na região na qual está inserido.

Desse modo, considerando a relevância destas premissas, torna-se imprescindível a capacitação de novos profissionais a fim de atender as expectativas do concorrido mundo do trabalho. Logo, entende-se o Curso em Promotor de Vendas como uma importante ferramenta de qualificação e inserção do egresso ao mercado de trabalho, facilitando o acesso ao emprego e à renda e contribuindo para o desenvolvimento local e regional.

Diante dessa realidade, implanta-se o Curso em Promotor de Vendas numa perspectiva pedagógica formadora do processo de produção do conhecimento em suas dimensões conceitual, humana e técnica por meio de um currículo com uma abordagem interdisciplinar que prioriza as discussões e as vivências conjuntas das diferentes profissões envolvidas na formação do profissional que promove vendas.

No contexto atual de mercado, o promotor de vendas vem se caracterizando como uma profissão relevante para esse novo mercado internacionalizado e globalizado que a cada dia passa por mudanças e transformações. O promotor de vendas é percebido, neste espaço, como o profissional que contribui de forma diferenciada por acolher, em sua área de atuação, a visão da análise das atividades propostas com os respectivos objetivos.

Além disso, o Curso em Promotor de Vendas constitui-se como uma nova alternativa oferecida aos estudantes do município e das cidades vizinhas em que será oferecido o curso, bem como disponibiliza a estudantes, empresários e empreendedores locais e regionais a possibilidade de adquirirem conhecimentos técnicos e científicos que servirão para a melhoria de suas atividades comerciais.

A partir desse entendimento, estruturou-se o Curso em Promotor de Vendas, visando proporcionar uma formação profissional sólida, na qual a inter-relação entre o

humano e o técnico-científico constitui a sua marca fundamental, uma vez que no Piauí é real a necessidade por profissionais dessa área, visto que a região se caracteriza por apresentar promissoras perspectivas econômicas, estando em crescimento empreendimentos de diversos ramos da economia. Nesse sentido, incrementa a distribuição de materiais e insumos, ressignifica as novas tecnologias e transforma os ambientes, o que abre novas possibilidades para a formação de quadros específicos na área de vendas. A região, tornou-se o ponto de destaque onde esses investimentos se concentram, oriundos de empresas dos mais diversos segmentos comerciais.

Dessa forma, observa-se que a oferta do Curso em Promotor de Vendas atende as aspirações e interesses dos cidadãos e da sociedade, às especificidades, bem como as demandas socioeconômico-ambientais.

Por conseguinte, o Curso em Promotor de Vendas ofertado pelo IFPI propõe-se a qualificar o aluno para que este possa dominar as estratégias e a processualidade das atividades de vendas e que possa contribuir com o trabalho de planejamento e execução de programas voltados à viabilidade e sustentabilidade dos empreendimentos.

Ademais, faz parte da missão do IFPI a preocupação com a formação ética-cidadã e técnica, que permita o desenvolvimento sustentável e a inserção do indivíduo na vida social e produtiva. Desta forma, o IFPI passa a oferecer, no âmbito do Programa Novos Caminhos, cursos de Formação Inicial e Continuada – FIC, na modalidade EaD, nos mais diversos eixos tecnológicos.

O curso de Promotor de Vendas, do eixo de Gestão e Negócios, visa fornecer qualificação profissional às pessoas que buscam seu primeiro emprego, contribuindo não apenas para a sua empregabilidade, mas também para a elevação da qualidade de vida e dos serviços prestados à sociedade, de modo a qualificar um profissional através de um processo de apropriação e de produção de conhecimentos técnicos, capazes de contribuir para a formação e para o desenvolvimento socioeconômico da região.

## **5. OBJETIVOS DO CURSO**



### **5.1 Objetivo geral:**

O Curso de Formação Inicial e Continuada em Promotor de Vendas tem como objetivo geral a formação de profissionais para impulsionar ações de vendas, observando produtos e serviços da concorrência, bem como controlando e subsidiando as ações de promoção das vendas.

### **5.2 Objetivos específicos:**

Considerando as atuais exigências do mercado de trabalho e transformações econômicas, científicas e tecnológicas do contexto em que estamos inseridos, propomos a criação do curso de Promotor de Vendas, com os seguintes objetivos específicos:

- Organizar equipes de trabalho;
- Impulsionar ações de vendas;
- Pesquisar produtos e serviços da concorrência;
- Controlar e subsidiar as ações de promoção das vendas nos PDVs;
- Expor mercadorias, repondo-as quando necessárias;
- Elaborar relatório de vendas, promoções, demonstrações e pesquisa de preços;
- Informar características dos produtos;
- Executar ações de *merchandising* nos pontos de venda.

## **6. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO**

Promovem as mercadorias, produtos e serviços em estabelecimentos do comércio varejista ou atacadista, auxiliando os clientes na escolha de produtos e serviços, apresentando suas qualidades e vantagens de aquisição. Controlam entrada e saída de mercadorias. Expõem mercadorias de forma atrativa, em pontos estratégicos de vendas. Elaboram relatórios de vendas, de promoções, de demonstrações e pesquisa de preços.

## **7. PÚBLICO-ALVO**

O curso de Promotor de Vendas, na modalidade EaD, é destinado a estudantes e aos jovens e adultos trabalhadores que tenham Ensino Fundamental completo.

## **8. DIFERENCIAIS DO CURSO**

Um diferencial do curso é a proposta didático-metodológica que é centrada na participação de quem aprende, valorizando suas experiências e expectativas para o mundo do trabalho, procurando focar o indivíduo como pessoa, observando-se todas as áreas da aprendizagem e individualizando o processo ao máximo, para que todos possam participar por meio do ensino a distância.

## **9. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO**

O curso FIC de Promotor de Vendas, na modalidade EaD, é destinado a estudantes e trabalhadores que tenham escolaridade mínima, Ensino Fundamental completo. O acesso ao curso será por meio de edital simplificado de chamada pública.

## **10. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM**

A avaliação da aprendizagem ultrapassa a perspectiva da aplicação de provas e testes para assumir uma prática diagnóstica e processual, com ênfase nos aspectos qualitativos. E, como um processo contínuo e cumulativo, assume as funções diagnóstica, formativa e somativa, de forma integrada ao processo ensino e aprendizagem.

Essas funções devem ser observadas como princípios orientadores para a tomada de consciência das dificuldades, conquistas e possibilidades dos estudantes. Nessa perspectiva, a avaliação deve funcionar como instrumento colaborador na verificação da aprendizagem, levando em consideração o predomínio dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos.

Quando realizada durante o processo, ela tem por objetivo informar ao professor e aos estudantes os avanços, as dificuldades e possibilitar a ambos a reflexão sobre a eficiência do processo educativo, possibilitando os ajustes necessários para o alcance dos melhores resultados. Durante o processo educativo, é conveniente que o professor esteja atento à participação efetiva do aluno através da observação da assiduidade, pontualidade, envolvimento nos trabalhos e discussões.

Os recursos didáticos utilizados no processo ensino-aprendizagem devem atender aos cinco critérios a seguir: (a) Adequação do conteúdo: o aprendizado os recursos devem estar altamente relacionados aos objetivos e conteúdos de aprendizagem, bem como interessantes ou necessários resolver problemas para estudantes; (b) Adequação da dificuldade: o conteúdo deve ser moderado em dificuldade e escala, para que os alunos evitem sobrecarga cognitiva; (c) Adequação da estrutura: a estrutura da aprendizagem o conteúdo é conciso e racional, o que não deixará os alunos "confusos"; (d) Adequação da mídia: a mídia deve ser apresentada de maneira aceitável, para não causar fadiga visual, principalmente para os mais jovens. estudantes; e (e) Adequação da organização de recursos: diferentes tipos de recursos de aprendizagem podem ser efetivamente organizados, como vídeo, animação, texto, materiais didáticos eletrônicos, experimentos virtuais etc., a fim de deixe o layout claro e o conteúdo adequado, e os alunos não ficarão confusos.

Dessa forma, os instrumentos avaliativos devem ser considerados como indicadores da aquisição de conhecimentos e do desenvolvimento de habilidades e competências. Ressalta-se a importância de se expor e discutir os mesmos com os estudantes no início de cada unidade didática/disciplina.

No desenvolvimento do curso, a avaliação do desempenho escolar será feita por componente curricular (podendo integrar mais de um componente), considerando aspectos de assiduidade e aproveitamento.

A assiduidade diz respeito à frequência diária às aulas remotas e aos trabalhos escolares. A mesma será registrada diariamente pelo professor, no sistema acadêmico.

O aproveitamento escolar será avaliado através de acompanhamento contínuo e processual do estudante, com vista aos resultados alcançados por ele nas atividades avaliativas.

O aluno será considerado apto à qualificação e certificação desde que tenha aproveitamento mínimo de 70% (setenta por cento) e frequência maior ou igual a 75% (setenta e cinco por cento).

## **11. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE**

Visando garantir a permanência e o êxito escolar, aos alunos que apresentarem dificuldade de aprendizagem será disponibilizado, pelos professores formadores e professores mediadores a distância, apoio pedagógico. Incentivar-se-á a montagem de grupos de estudos a fim de minimizar as dificuldades individuais encontradas no decorrer do processo de aprendizagem.

Caberá ao docente informar ao serviço pedagógico a relação de alunos infrequentes. Esses dados contribuirão para que a equipe promova estratégias preventivas e de reintegração dos ausentes. Vale ressaltar que durante todo o curso, os alunos serão motivados a prosseguir seus estudos por meio dos demais cursos ofertados pelo instituto.

## **12. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO**

O curso será ministrado por professores formadores aprovados em processo seletivo, que utilizarão diversas estratégias de ensino com o intuito de criar condições favoráveis para garantir o aprendizado dos alunos. Nesse processo de mediação do conhecimento, os docentes, de acordo com o perfil da turma, conteúdo programático e objetivo a ser alcançado na aula, poderão escolher ou utilizar, simultaneamente, diversos procedimentos.

## **13. MATERIAL DIDÁTICO-PEDAGÓGICO**

A metodologia está apoiada na utilização de múltiplos meios (mídias) para o alcance dos objetivos educacionais propostos. Cada mídia tem sua especificidade e pode contribuir para atingir determinados níveis de aprendizagem com maior grau de facilidade e atender à diversidade e heterogeneidade do público-alvo. A interligação de computadores em rede possibilita a formação de um ambiente virtual de ensino e aprendizagem (AVEA Moodle), permitindo a integração dos conteúdos disponíveis em outras mídias, além de permitir a interatividade, a formação de grupos de estudo, a produção colaborativa e a comunicação entre professor e estudantes e destes entre si.

Para cumprir a carga horária do curso, o estudante não precisará ir ao Polo de Apoio Presencial, a fim de participar dos encontros que serão realizados semanalmente, bem como realizar avaliações, estudos e atividades previstas no

material Online e no AVEA de cada componente curricular, visando garantir o desenvolvimento das qualificações (saberes, habilidades e valores / atitudes) preconizadas pelas diretrizes curriculares do curso.

Os encontros presenciais acontecerão, por meio do Google Meet, enquanto durar a pandemia do Covid-19. Durante os encontros, os professores mediadores deverão desenvolver a oralidade dos estudantes por meio de atividades práticas que promovam a interação oral entre estudante e professor, estudante-estudante, auxiliar no desenvolvimento da autonomia do estudante, bem como orientar os estudantes visando a ajudá-los a superar as dificuldades de aprendizagem dos conteúdos, inserção no curso, organização do tempo de estudo, atividades de estudo programadas etc.

O conteúdo audiovisual utilizado no curso está relacionado com o ambiente virtual, permitindo a expansão e o detalhamento dos conceitos abordados. A integração das mídias é realizada com o uso do AVEA Moodle, utilizando as plataformas Google Classroom, Google Drive e Google Meet, as quais permitirão o armazenamento, a administração e a disponibilização de conteúdos no formato web. Dentre esses, destacam-se: vídeos, objetos de aprendizagem, fóruns, salas de bate-papo, conexões a materiais externos e atividades interativas.

Os encontros presenciais, se forem imprescindíveis nesse momento delicado de pandemia pela Covid-19, terão metodologias específicas.

As avaliações ocorrerão nos polos por meio de provas presenciais realizadas na mesma data e horário para todos os estudantes. A aplicação dessas avaliações será realizada pelos professores formadores presenciais, agendadas previamente com os alunos, evitando-se aglomerações, caso seja necessário.

#### **14. PAPEL DOS PROFESSORES FORMADORES**

No desenvolvimento do Curso FIC em Assistente de Logística, utilizar-se-ão as formas de comunicação descritas nas estratégias pedagógicas voltadas para o compartilhamento de conhecimentos. Esses recursos de comunicação serão mecanismos de mediação entre estudantes e professores por meio da plataforma. Sendo assim, o Instituto Federal do Piauí organizou um sistema de ensino e aprendizagem que consiste em uma infraestrutura de comunicação, espaços físicos e tecnológicos que servem de suporte para a interação entre estudante-estudante,

estudante-professor a distância, estudante-professor formador, bem como o acompanhamento do coordenador do curso às atividades que terão que ser desenvolvidas. O objetivo dessa organização é trabalhar para que os estudantes sejam acompanhados e orientados no desenvolvimento do seu curso por profissionais preparados para motivá-los nos seus estudos, auxiliando-os no processo de aquisição de autonomia para a construção de sua própria aprendizagem.

A Diretoria de Ensino Técnico-PROEN e a Coordenação-Geral da Rede e-tec deve acompanhar todo o processo desenvolvido pelo professor formador à distância e, também, acompanhar o desenvolvimento das atividades virtuais e os momentos de encontro presencial.

O professor formador a distância também é o responsável pelo planejamento e elaboração do material didático das unidades curriculares do curso que compreende o estudo a distância e o encontro presencial, de forma que também deverá orientar o aluno em suas atividades didáticas por meio de roteiro previamente elaborado. O estudante também recebe um roteiro prévio para orientá-lo a respeito dos conteúdos que devem ser estudados previamente e sobre as atividades que deverão ser realizadas. O professor formador, além do atendimento presencial, irá atender estudantes também no AVEA para o estudo dos conteúdos. Poderá usar diversas ferramentas.

Caso o estudante sinta dificuldade ou não consiga realizar alguma atividade, ele deverá entrar em contato com o professor formador ou o coordenador do curso de modo que este providencie o auxílio necessário para que o aluno consiga avançar nos estudos. Os materiais estão disponíveis para acesso, via internet, no AVEA, por meio da plataforma Google Suite, onde serão acrescentadas outras atividades e materiais propostos pelo professor formador.

O AVEA cumprirá a função de canal de comunicação entre os professores formadores e os estudantes. Nele, serão centralizadas as ações que irão apoiar o aprendizado do estudante: dúvidas, indicações de materiais complementares, adequação dos conteúdos ao contexto específico dos estudantes, atividades complementares, entre outros.

## **15. MATRIZ CURRICULAR**

A organização curricular consolidada no Projeto Pedagógico de Curso obedece ao disposto na Lei nº. 9.394, de 20 de dezembro de 1996; na Lei nº. 11.892, de 29/12/2004, que regulamenta o § 2º do art. 36 e os artigos 39 a 41 da LDB, que tratam da Educação Profissional; na Resolução nº. 06, de 20 de setembro de 2012, que define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio; no Decreto nº. 5.154, de 23 de julho de 2004; no Decreto nº. 8268, de 18 de junho de 2014; Resolução nº. 13.005 PNE, de 25 de junho de 2014, Guia Pronatec de Cursos FIC e legislação complementar expedida pelos órgãos competentes.

O Curso FIC de Promotor de Vendas, modalidade EaD, possui uma carga horária total de 160 h/aula e os conteúdos das unidades curriculares serão apresentados nas ementas juntamente com a bibliografia básica. A proposta curricular da disciplina será modular, estabelecendo um prazo de duração e execução, através das plataformas já citadas.

A matriz curricular é composta de uma unidade curricular introdutória, voltada à familiarização do estudante com as metodologias e recursos da Educação a Distância, e de unidades curriculares da formação específica voltadas à formação profissional do indivíduo. As avaliações deverão ser formuladas pelos professores formadores, com base nas situações comunicativas, que direcionaram o desenvolvimento dos conteúdos e das atividades.

O quadro abaixo descreve a matriz curricular do curso e, a seguir são apresentadas as ementas.

<b>DISCIPLINAS</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>
Ambientação em EaD	12h
Administração de Vendas	16h
Técnicas de Vendas Merchandising	28h
Vitrinismo	28h
Gestão de Material e Distribuição	24h
Comportamento do Consumidor	24h
Gestão de Pessoas	16h
Ética e Trabalho	12h
<b>Total</b>	<b>160h</b>

## 16. EMENTÁRIO

<b>Unidade curricular: Ambientação em EaD</b>	<b>Carga horária: 12h</b>
<p><b>Ementa:</b> Utilização e importância do material didático na educação a distância, acesso ao AVEA e suas funcionalidades. Metodologias de estudo baseadas nos princípios de autonomia, interação e cooperação.</p>	
<p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <p>BELLONI, M. L. <b>Educação a Distância</b>. 5. Ed. Campinas Autores Associados, 2008.</p> <p>LIMA, A. <b>Fundamentos e Práticas na EaD</b>. Natal: UFRN, 2010.</p> <p>MORAES, R. C. <b>Educação a Distância e Ensino Superior</b>: Introdução didática a um tema polêmico. 5. Ed. São Paulo: Senac, 2010.</p> <p>SILVA, R. S. <b>Moodle para autores e tutores</b>. São Paulo: Novatec, 2010.</p> <p>SILVA, Marco Antonio da; SANTOS, Edmea. <b>Avaliação da aprendizagem em educação online</b>. Loyola, 2006.</p> <p>SILVA, Marco. <b>Sala de aula interativa</b>. Rio de Janeiro: Quarteto, 2006.</p>	

<b>Unidade curricular: Administração de Vendas</b>	<b>Carga horária: 16h</b>
<p><b>Ementa:</b> Marketing e vendas. Organização de vendas. Determinação de quotas e potencial de vendas. Planejamento de vendas. Gestão da carteira de clientes. Vendas e distribuição. Controle de vendas. Concepções de vendas consultivas. Customer Relationship Management. Responsabilidade do vendedor no pós-venda. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <p>COBRA, M. <b>Administração de marketing no Brasil</b>. Editora Campus, 2008.</p> <p>HILLMANN, R. <b>Administração de Vendas: varejo e serviços</b>. Curitiba: InterSaber, 2013.</p> <p>_____. <b>Administração de Vendas</b>. São Paulo: Atlas, 2005. LAS CASAS; A. L. <b>Administração de Vendas</b>. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. <b>Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão</b>. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>COBRA, M.; TEJON, J. L. <b>Gestão de Vendas: os 21 segredos do sucesso</b>.</p>	



Editora Saraiva, 2007.

MICHAELSON, G. A. S. T. **Estratégias de Vendas**. Editora Makron Books, 2005.

SZULCSEWSKI, C. J.; MEGIDO, J. L. T. **Administração Estratégica de Vendas e Canais de Distribuição**. São Paulo: Atlas, 2002.

TEIXEIRA, E. A; TOMANINI, C.; MEINBERG, J. L.; PEIXOTO, L. C. **Gestão de Vendas**. Editora FGV, 2004.

THULL, J. **Gestão de Vendas Complexas**. Editora Saraiva, 2007

Unidade curricular: Técnicas de Vendas Merchandising	Carga horária: 28h
<p><b>Ementa:</b> A Administração e processualidade de vendas em diferentes tipos de organizações. Vendas para iniciativas privadas e públicas. Venda pessoal. A importância estratégica das informações em vendas e as técnicas de vendas. Prospecção e apresentação. Telemarketing. Estratégias de persuasão. Produtividade em vendas. Ética em vendas. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p> <p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <p>CARVALHO, M. R.; ALVAREZ, F. J. S. M. <b>Gestão Eficaz da Equipe de Vendas</b>. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>LAS CASAS; A. L. <b>Técnicas de Vendas: como vender e obter bons resultados</b>. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. <b>Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão</b>. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>SZULCSEWSKI, C. J.; MEGIDO, J. L. T. <b>Administração Estratégica de Vendas e Canais de Distribuição</b>. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>TEIXEIRA, E. A.; TOMANINI, C.; MEINBERG, J. L.; PEIXOTO, L. C. <b>Gestão de Vendas</b>. Editora FGV, 2004.</p> <p>CONSOLI, M.A.; NEVES, M.F.; CASTRO, L.T. <b>Vendas: Técnicas para Encantar seus Clientes</b>. São Paulo: Bookman, 2007.</p> <p>MEGIDO, J. L. T. et al. <b>Administração Estratégica de Vendas</b>. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>MICHAELSON, G. A.; MICHAELSON, S. A. Sun Tzu - <b>Estratégias de Vendas</b>. São Paulo: Makron Books, 2005.</p> <p>ROCHA, J. V. <b>Fundamentos de Vendas &amp; Varejo</b>. Rio de Janeiro: Rio Sociedade Cultural, 2005.</p>	

THULL, J. **Gestão de Vendas Complexas**. Editora Saraiva, 2007.

**Unidade curricular: Vitrinismo**

**Carga horária: 28h**

**Ementa:** Princípios fundamentais da comunicação visual do produto. Técnicas de Merchandising Visual e Vitrinismo: objetivos, funções, conceitos. Elementos complementares: iluminação e cromia. Métodos e técnicas de exposição. Programação visual de lojas. “Displayagem”: objetivos, funções, conceitos, técnicas para exposição de produtos, materiais, equipamentos. Produção para vitrine: procedimentos básicos, aspectos legais (etiquetagem de preços) e comerciais, freelancing. Ambiência e Clima da vitrine. Projeto e Montagem. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

**Bibliografia Básica:**

ALVES, N. G. Curso Máster de Vitrinismo. Manaus. 1º Ed. Editora Suframa, 2012. (Apostila do Curso de Vitrinismo da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Manaus) Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/86500917/ApostilaMaster-Vitrinismo-2>.

DEMETRESCO, S. **Vitrina: construção de encenações**. 3ª. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007. 264 p.

\_\_\_\_\_. **Vitrina: teu nome é sedução.** São Paulo: Ed. 1990. LIMA, Tania. Marketing – o glamour dos negócios da moda. S.Paulo: IMMKT, 2008.

SILVA, U. F. F. **O marketing atuando na vitrine: visual merchandising.** Rio de Janeiro. Universidade Candido Mendes, 2010.

CHAK, A. **Como criar sites persuasivos: clique aqui.** São Paulo: Person Education do Brasil, 2004.

GUSMÃO, L. **Vitrinismo - Saiba O Que É Vitrinismo - Técnicas De Vendas.** Publicado em: 03/08/2009. Disponível em: <http://www.artigonal.com/marketing-e-publicidade-artigos/vitrinismo-saiba-o-que-e-vitrinismo-tecnicas-de-vendas-1094352.html>.

LOPES, C. Layout de espaços e decoração de eventos. Curitiba: IFPR, 2012.  
PASSOS, H. O. Lojas e Vitrinas: Decoração. Rio de Janeiro: Techoprint, 1979.

STRUNK, G. L. T. L. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores.** 2ª. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003. 160p.

<b>Unidade curricular: Gestão de material e distribuição</b>	<b>Carga horária: 24h</b>
<p><b>Ementa:</b> Sistema logístico e cadeia de abastecimento. Fluxos logísticos. Logística Reversa. Logística Integrada e suas atividades de apoio à venda. Princípios de compras, produção, armazenagem e distribuição. Canais de distribuição: conceito, estratégias e estruturas. Papel e importância dos elementos participantes dos canais. Sistemas de Informações para Controle de transporte e armazenamento de mercadorias. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p> <p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <p>ARBACHE, F. S. Et al. <b>Gestão de logística, distribuição e trade marketing.</b> 3ª. ed. São Paulo: FGV, 2008.</p> <p>BERTAGLIA, P. R. <b>Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento.</b> São Paulo: Saraiva. 2009.</p> <p>MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. <b>Administração de materiais e recursos patrimoniais.</b> 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2009.</p>	

PONTES, H. L. J.; ALBERTIN, M. R. A. **Logística e distribuição física**. Curitiba: InterSaber, 2017.

TELLES, R.; STREHLAU, V. I. **Canais de marketing e distribuição**: conceitos, estratégias, gestão e modelos de decisão. São Paulo: Saraiva, 2006.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Atlas, 2009.

CHING, H. Y. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada**. São Paulo: Atlas, 2008.

FLEURY, P. F.; WANKE, P.; FIGUEIREDO, K. F. (Org.). **Logística empresarial: a perspectiva brasileira**. São Paulo: Atlas, 2009.

ROSENBLOOM, B. **Canais de marketing: uma visão gerencial**. São Paulo: Atlas, 2009.

SHIGUNOV NETO, A.; GOMES, R. M. **Introdução ao estudo da distribuição física**. Curitiba: InterSaber, 2016.

Unidade curricular: <b>Comportamento do Consumidor</b>	Carga horária: <b>24h</b>
<p><b>Ementa:</b> Mercados Consumidores e comportamento do consumidor. Fatores influenciadores: culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Fatores racionais e emocionais decisórios para compra de produtos e serviços. Observação do Cliente. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional relacionadas com o comportamento do consumidor.</p>	
<p><b>Bibliografia Básica:</b></p>	
<p>HAWKINS, D.I., MOTHERSBAUGH, D.L.; BEST, R. J. <b>Comportamento do consumidor</b>. Tradução da 10ª. ed.. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.</p>	
<p>KARSAKLIAN, E. <b>Comportamento do Consumidor</b>. São Paulo: Atlas, 2004.</p>	
<p>MITTAL, B.; NEWMAN, B. I.; SHETH, J. N. <b>Comportamento do consumidor</b>: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.</p>	
<p>SCHIFFMAN, L. G., KANUK, L. <b>Comportamento do consumidor</b>. 9ª. ed.. Rio de Janeiro: LTC, 2009.</p>	

SOLOMON, M.I R. **O comportamento do consumidor**. Bookmann, 2008.

BLACKWELL, R.; MINIARD, P.; ENEGEL, J. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

GIGLIO, E. M. **O comportamento do consumidor**. 3ª.ed. Cengage Learning, 2005.

LAKE , L. A. **Comportamento do consumidor para leigos**. Alta Books, 2009.

LIMEIRA, T. M. V. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2007.

PETER, J. P. **Comportamento do consumidor e estratégia de marketing**. Mcgraw Hill , 2009.

**Unidade curricular: Gestão de Pessoas**

**Carga horária: 16h**

**Ementa:** Formação e desenvolvimento de equipes: concepções, importância, liderança, desempenho e trabalho em equipes. Competências e habilidades para gerir pessoas. Comunicação e relacionamento interpessoal. Relações de Trabalho e Legislação Trabalhista. Qualidade de vida no trabalho. Segurança do Trabalho. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.

**Bibliografia Básica:**

CHIAVENATO, I. **Desempenho humano nas empresas**: como desenhar cargos e avaliar o desempenho para alcançar resultados. 7ª ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2016.

\_\_\_\_\_. **Gestão de Pessoas**. 2ª.ed. São Paulo: Elsevier, 2004. \_\_\_\_\_. Recursos Humanos: o capital humano nas organizações. 9ª.ed. São Paulo: Elsevier, 2009.

KANAANE, R. **Comportamento Humano nas Organizações**: o homem rumo ao século XXI. 2ª.ed. São Paulo: Atlas, 2011. KNAPIK, J. **Gestão de pessoas e**

talentos. Curitiba: InterSaber, 2012.

MARRAS, J. P. **Administração de recursos humanos**: do operacional ao estratégico. 13ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

WAGNER III, J. A.; HOLLENBECK J. R. **Comportamento Organizacional**. Criando Vantagem Competitiva. 2ª.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

DUTRA, J. S. **Competências e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna**. São Paulo: Atlas, 2008.

LE BORTEF, G. **Desenvolvendo a competência dos profissionais**. 3ª. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

TACHIZAWA, T. **Gestão com pessoas**: uma abordagem aplicada às estratégias de negócios. 5ª. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

Unidade curricular: <b>Ética e Trabalho</b>	Carga horária: <b>12h</b>
<p><b>Ementa:</b> Fundamento histórico e origem da ética; Ética e moral; As atitudes que orientam o comportamento ético no cotidiano; as ações éticas no plano individual e coletivo; o que são como funcionam e para que sirvam os conselhos que regulamentam a ética das profissões.</p>	
<p><b>Bibliografia Básica:</b></p> <p>HABERMAS, Jorge. <b>A ética da discussão e a questão da verdade</b>. São Paulo: Martins Fontes, 2004. NALINI, José Renato. <b>Ética geral e profissional</b>. 6. ed. Editora Revista dos tribunais, São Paulo, 2008. ARISTÓTELES. <b>Ética a nicômaco</b>. Bauru: Edipro, 2002.</p> <p>CHANGEUX, J. P. <b>Uma ética para quantos?</b> Bauru-SP: EDUSC, 1999. MARTINELLI, Marilu. <b>Conversando sobre educação em valores humanos</b>. São Paulo: Petrópolis 1999. RIOS, Terezinha Azevedo. <b>Ética e competência</b>. São Paulo: Cortez, 2001. SÁ, Antônio Lopes de. <b>Ética profissional</b>. São Paulo: Atlas, 2001. _____. <b>Ética e valores humanos</b>. Curitiba: Juruá, 2007.</p>	

## 17. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO

O aluno será considerado apto à qualificação e certificado desde que tenha aproveitamento mínimo de 70% (setenta por cento) e frequência maior ou igual a 75% (setenta e cinco por cento).

Após conclusão do curso, o estudante receberá o certificado de Qualificação Profissional em Promotor de Vendas, do eixo tecnológico **Gestão e Negócios**, carga horária de **160 horas**.

## 18. INFRAESTRUTURA

As instalações disponíveis para o curso deverão conter: sala de aula com carteiras individuais para cada aluno nos momentos presenciais, biblioteca, datashow e banheiro masculino e feminino e laboratório de informática, para os alunos.

A biblioteca deverá estar equipada com o acervo bibliográfico necessário para a formação integral e específica do aluno e contemplando materiais necessários para a prática dos componentes curriculares, porém, a Educação à Distância possibilita a utilização de suportes de informação independentes da infraestrutura física, sendo veiculados por diversos meios de comunicação e com horários organizados com maior flexibilidade de local, horários e acesso sem a frequência diária em sala de aula.

O estudante é gestor do seu tempo e de seus estudos, mediante recursos tecnológicos como ferramentas de aprendizagem e metodologias de ensino que possibilitarão a interatividade e a cooperação entre o aluno e o professor.

## 19. REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996. Institui as Diretrizes e Base para a Educação Nacional. <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/leis-ordinarias/legislacao1/leis-ordinarias/1996>>. Acesso em 15 de março de 2011.

\_\_\_\_\_. Lei nº. 11.892 de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e dá outras providências. Brasília/DF: 2008.

\_\_\_\_\_. Decreto nº. 5.154, de 23 de julho de 2004. Regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº. 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e dá outras providências. Brasília/DF: 2004.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. Decreto Federal nº. 5.840 de 13 de julho de 2006.

Institui o PROEJA no Território Nacional. Brasília: <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/decretos1/decretos1/2006>>. Acesso em 15 de março de 2020.

\_\_\_\_\_. Presidência da República. Regulamentação da Educação à Distância.

Decreto Federal nº. 5.622 de 19 de dezembro de 2005. <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/decretos1/decretos1/2005>>. Acesso em 15 de março de 2020.

\_\_\_\_\_. MTE/Ministério do Trabalho e Emprego. Classificação Brasileira de Ocupações. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/home.jsf>>. Acesso em: 22 fev. 2020.

SETEC/Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. PROEJA – Formação Inicial e Continuada/ Ensino Fundamental – Documento Base – Brasília: SETEC/MEC, agosto de 2007.

\_\_\_\_\_. Guia de Cursos FIC. Disponível em: <<http://pronatecportal.mec.gov.br/arquivos/guia.pdf>>. Acesso em: 22 maio de 2020.