



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO EDUCACIONAL – DDE

CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO (EAD)

**FRANCISCO CARLOS SOBRINHO**  
ANNY KARINY FEITOSA  
HARINE MATOS MACIEL  
SANTANA NETA LOPES

IGUATU - CE  
MAIO, 2013.

## **Justificativa**

A globalização e o emprego de novas tecnologias, bem como as novas formas de organização e gestão da produção, provocaram mudanças estruturais no mundo do trabalho. O varejo, dentre os vários segmentos em que se divide a atividade comercial, é um dos que sofrem os maiores impactos. Exigindo, assim, uma formação mais profissional e qualificada dos colaboradores que participam deste mercado tão extenso e que emprega tanta gente.

A percepção sobre a relevância das atividades de serviços na geração de emprego e renda nas economias modernas vem se ampliando. As atividades terciárias são, em essência, propulsoras do crescimento econômico, pois aumentam a competitividade interna e externa, geram empregos qualificados e aceleram o progresso tecnológico.

No plano interno, os serviços contam mais de 945 mil empresas atuando no Brasil e 15,8 milhões de empregos. A atividade terciária tem representatividade tanto entre as maiores empresas do país quanto entre as micro e pequenas empresas. Das vinte maiores empresas do Brasil, doze delas são empresas do setor terciário. Já em relação às micro e pequenas empresas, mais de 97 % do total, correspondem a empresas prestadoras de serviços. O conhecimento de informações sobre o setor de comércio é fundamental para a consecução de políticas e ações que propiciem seu melhor desenvolvimento.

Por essa razão, faz-se necessário expandir o ensino nesta área de conhecimento por meio da oferta do curso Técnico em Comércio, na modalidade à distância.

## **Objetivos**

- a) Oferecer condições para que o aluno desenvolva as competências profissionais gerais, necessárias e comuns a todo profissional que atua na área de Comércio, de modo a favorecer o diálogo e a interação com os demais profissionais da área, bem como ampliar sua esfera de atuação;
- b) Propiciar ao aluno a reflexão de seu papel profissional, preparando-o para ser agente de mudanças;
- c) Suprir a demanda do mercado de trabalho com profissionais qualificados para atuação em todos os segmentos do comércio;
- d) Contribuir para a melhoria da qualidade dos serviços de comércio, pela oferta de cursos com estrutura multidisciplinar.

## **Requisitos de Acesso**

O acesso ao curso técnico em Comércio, na modalidade à distância, dar-se-á por meio da realização de Exame de Seleção, com periodicidade semestral, para candidatos que possuam o Ensino Médio completo.

## **Perfil de Conclusão do Curso Técnico em Comércio**

Ao concluir o curso, o egresso deverá ter condições de:

- Identificar as estratégias de marketing que podem ser adotadas no mercado;
- Utilizar a informática como ferramenta fundamental para a organização do trabalho;
- Conhecer a legislação comercial;
- Aplicar técnicas de atendimento ao público e prestação de serviços;
- Identificar conhecimentos básicos em administração e gestão de empresas;
- Realizar pesquisas de mercado;
- Avaliar os custos dos produtos e/ou serviços, definindo parâmetros para negociação de compra e venda ou prestação dos serviços;
- Realizar transações comerciais nacionais e internacionais;
- Conhecer técnicas de leitura e interpretação do inglês.

O Técnico em Comércio poderá exercer as seguintes atividades:

- Assistente em comércio;
- Analista de comercialização e distribuição de produtos e serviços;
- Assistente de produção de bens e serviços;
- Coordenador de vendas e serviços;
- Supervisor de unidades varejistas;
- Coordenador da área mercadológica;
- Analista de marketing;
- Empreendedor em negócios comerciais próprios.

## **Metodologia do curso**

O curso será desenvolvido nos polos de apoio presencial selecionados no âmbito do Programa e-Tec Brasil, nos quais os alunos matriculados receberão atendimento presencial da equipe de tutores selecionados e capacitados pelo Instituto Federal do Ceará para o desempenho dessa função.

A metodologia de ensino do curso na modalidade a distância fará uso das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) para garantir a interação professor/cursista, cursista/cursista e tutor/cursista. A infraestrutura educacional

organizada na instituição de ensino, presente no Núcleo de EAD é complementada com a infraestrutura de tecnologia dos polos, composta por laboratórios de informática com acesso à Internet, espaços administrativos e de estudo que garantem ao aluno as condições necessárias para desenvolver as atividades do curso.

## **Organização Curricular**

A organização curricular do curso Técnico em Comércio, à distância, observa as determinações legais presentes nas Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação Profissional Técnica de Nível Médio, nos Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional, no Decreto 5.154/2004, bem como nas diretrizes definidas no projeto pedagógico institucional do IFCE.

A matriz curricular foi elaborada a partir de estudos sobre a organização e dinâmica do setor produtivo, do agrupamento de atividades afins da economia e dos indicadores das tendências futuras dessas atividades afins. O perfil profissional associado a essa matriz foi definido em consonância às demandas do setor, bem como aos procedimentos metodológicos que dão sustentação à construção do referido perfil.

Na organização curricular proposta, a abordagem dos conteúdos está voltada para as necessidades e especificidades da habilitação pretendida e as disciplinas têm carga horária compatível aos conhecimentos nelas contidos.

Com duração de um ano e meio, dividido em 03 (três) semestres letivos, o curso tem uma carga horária total de 1.000 horas, incluindo 160 h de estágio obrigatório ao aluno. O estágio poderá ser realizado a partir do 2º semestre até a conclusão do curso.

### **Carga horária total do curso**

Teórico-prática: 1000 horas

### **Carga horária presencial**

200 horas (20%)

## Matriz Curricular

SEMESTRE	DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
PRIMEIRO	Introdução à EaD	40
	Português Instrumental	40
	Matemática Financeira e Comercial	80
	Contabilidade Comercial	
	Informática	80
	Inglês Instrumental	40
		40
Total do Semestre		
SEGUNDO	Estratégias de Marketing	40
	Cenário Microeconômico	40
	Legislação Trabalhista e Tributária	40
	Comércio Eletrônico	
	Estatística	40
	Vendas e Pós - Vendas	40
		40
Total do Semestre		240
TERCEIRO	Administração de Empresas	80
	Logística	80
	Cenário Macroeconômico	40
	Análise de Custos e Formação de Preços	40
	Gestão de Recursos Humanos	40
Total do Semestre		
TOTAL DO CURSO (SEM ESTÁGIO)		840
ESTÁGIO		160
TOTAL GERAL DE HORAS		1.000

## **Critérios de Avaliação**

A avaliação da aprendizagem tem como propósito subsidiar a prática do professor, oferecendo pistas significativas para a definição e redefinição do trabalho pedagógico. Conforme preconiza a LDB 9394/96 a avaliação é contínua, sistemática e cumulativa, orientada pelos objetivos definidos no plano de curso e tem como finalidade proporcionar aos discentes a progressão de seus estudos. Para tanto, no processo ensino-aprendizagem, a avaliação assume as funções diagnóstica, formativa e somativa com preponderância dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos, devendo ser utilizada como ferramenta para tomada de consciência das dificuldades, conquistas e possibilidades, funcionando como instrumento colaborador nesse processo.

No ato avaliativo deve-se levar em consideração critérios como:

- capacidade de síntese, de interpretação e de análise crítica;
- habilidade na leitura de códigos e linguagens;
- agilidade na tomada de decisões;
- postura cooperativa e ética;
- raciocínio lógico-matemático;
- raciocínio multi-relacional e interativo.

Como instrumentos de verificação do desenvolvimento de competências, deverão ser usados:

- trabalhos de pesquisa e/ou de campo;
- provas subjetivas com análise, interpretação, síntese;
- projetos interdisciplinares;
- resolução de situações-problema.
- atividades experimentais/laboratoriais.

Para o desenvolvimento do curso, o IFCE optou pelo ambiente virtual de aprendizagem Moodle, pois, várias experiências práticas anteriores demonstraram sua adequabilidade às necessidades didáticas, de comunicação e gestão do curso, bem como ao perfil de um público-alvo com diferentes níveis de experiência no uso da Internet. Justifica-se também seu uso por conter todas as ferramentas de base necessárias à realização do curso (agenda, fórum, bate-papo, repositório de material, portfólio, entre outros recursos).

Para fins de promoção serão avaliados tanto o desempenho do aluno como a sua assiduidade. Na composição da avaliação, 40% será realizada por meio do Ambiente Virtual de Aprendizagem e 60% por meio de avaliações presenciais. É considerado aprovado o aluno que obtiver no mínimo 60% (6,0) de aproveitamento dos conhecimentos adquiridos e demonstrados em cada disciplina e que tenha cumprido no mínimo 75% das horas aula por disciplina. O aluno que não atingir o mínimo necessário para aprovação, poderá realizar avaliação de recuperação, conforme estabelecido no Regulamento da Organização Didática do IFCE.

## **Pessoal Docente e Técnico**

- Anny Kariny Feitosa

Graduação: Bacharel em Ciências Econômicas (URCA); e Licenciatura Plena de Formação Pedagógica (Matemática, Estatística e Contabilidade) - (URCA);

Especialização: MBA em Administração (Fac. Leão Sampaio); Gestão por Projetos em Âmbitos Públicos (Universidad del Litoral - Argentina) ; Matemática para a Educação Básica; e Psicopedagogia (Fac. João Calvino).

Mestrado: Direção Estratégica (Universidad de León - Espanha); e cursando em Economia (UFC).

- Francisco Carlos Sobrinho

Graduação: Estudos Sociais; História.

Especialização: Metodologia em Ensino Fundamental e Médio.

Mestrado: Ciências em Educação (Universidad Americana).

- Harine Matos Maciel

Graduação: Ciências Econômicas (UFC)

Especialização: Desenvolvimento Econômico (UFC)

Mestrado: Economia Rural (UFC)

- Santana Neta Lopes

Graduação: Pedagogia

Especialização:

## **Certificados e diplomas**

O aluno do IFCE, devidamente matriculado, aprovado em todas as disciplinas, tendo cumprido o estágio curricular obrigatório, terá direito ao diploma de Técnico em Comércio.

# **ANEXOS**



## **EMENTAS**

### **INTRODUÇÃO A EDUCAÇÃO A DISTANCIA**

Conceitos de Educação a Distância e Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC). Ambiente virtual da aprendizagem.

#### **BIBLIOGRAFIA:**

LANDIM, C. M. F. Educação a distância: algumas considerações. Rio de Janeiro. 1997.

MORAN, José Manuel *et al.* Novas tecnologias e mediação pedagógica. Campinas, SP: Papirus, 2000. (Coleção Papirus Educação).

### **PORTUGUÊS INSTRUMENTAL**

Análise das condições de produção de texto referencial, planejamento e produção de textos referenciais com base em parâmetros da linguagem técnico-científica. Prática de elaboração de resumos, esquemas e resenhas. Leitura, interpretação e reelaboração de textos de livros didáticos.

#### **BIBLIOGRAFIA:**

ANDRADE, M. M. Introdução à metodologia do trabalho científico. São Paulo, Ed. Atlas, 1998.

BARRAS, R. Os cientistas precisam escrever. São Paulo, Ed. Queroz 1986.

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro, Ed. Nova fronteira, 1985.

FAULSTICH, E. L. de J. 20 ed. Como ler, entender e redigir um texto, Petrópolis, Ed. Vozes, 2008.

GARCIA, O. M. Comunicação em prosa moderna, Rio de Janeiro, Ed. Fundação Getulio Vargas, 1986.

KOCH, I. G. V. Argumentação e linguagem, São Paulo, Ed. Cortez, 1987.

SERAFINI, M. T. Como escrever textos. Rio de Janeiro, ed. Globo 1987.

TURABIAN, K. L. Manual para redação. São Paulo, Martins Fontes, 2000.

ZAMBONI, L. M. S. Cientistas, jornalistas e a divulgação científica. Subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica. Campinas, Ed. Fapesp/Autores associados, 2001.

ZANDWAIS, Ana. Estratégias de leitura. Porto Alegre, Ed. Sagra 1990.

## **MATEMÁTICA COMERCIAL E FINANCEIRA**

Operações Comerciais: Porcentagem; acréscimos; descontos e taxa de lucro. Operações Financeiras: Juros simples e compostos; Descontos simples e compostos; taxa de juros real-inflação; Séries de Pagamentos; Sistemas de Amortizações; Depreciação.

### **BIBLIOGRAFIA:**

SODRÉ, U. Matemática Comercial e Financeira Departamento de Matemática, UEL, 2008.

SAMANEZ, C. P. Matemática Financeira - Aplicações à Análise de Investimentos. São Paulo. MKRON BOOKSAPEC. 1994. 217p.

PARENTE, E. e CARIBÉ, R. Matemática Comercial & Financeira. Edição Reformulada. FTD. 1996. 232p.

VERAS, L. L. Matemática Financeira. São Paulo. Atlas S.A. 1989, 268p.

BAUER, U. R. Matemática Financeira Fundamental. São Paulo. Editora Atlas S.A. 2003, 407p.

ASSAF NETO, A. Matemática Financeira e suas Aplicações. 4ª ed. São Paulo. Atlas, 1988.

FARO, C. de. Matemática Financeira - teoria e aplicações de juros simples e compostos & correção monetária. Rio de Janeiro. APEC. 1978. 420p.

CRESPO, A. A. Matemática Comercial e Financeira. São Paulo. Editora Saraiva. 1987. 248p.

VASCONCELOS, F. C. DE. Matemática Financeira com ajuda do computador. Ícone Editora Ltda. 1987. 151p.

SOBRINHO, J. D.V. Matemática Financeira. Editora Atlas S.A. 1982. 390p.

POLO, E.F. Engenharia das Operações Financeiras, Atlas S.A. 1996. 404p.

TEIXEIRA, J. e DI PIERRO NETTO, S. Matemática Financeira. São Paulo. MKRON. BOOKS DO BRASIL. 1998. 134p.

BAUER, U. R. Calculadora HP-12C - Manuseio, Cálculos Financeiros e Análise de Investimentos. 2ª ed. São Paulo. Atlas. 1996.

## **CONTABILIDADE COMERCIAL**

Campo de aplicação da contabilidade comercial. Plano de contas. Constituição de empresas. Operações típicas das empresas comerciais. Implicações fiscais na contabilização. Balanço e demonstrações financeiras.

### **BIBLIOGRAFIA:**

EQUIPE DE PROFESSORES DA USP. Contabilidade Introdutória. 10º ed. São Paulo: Atlas, 2006.

IUDICIBUS, S; MARION, J. C. Introdução à teoria da contabilidade: para o nível de graduação. 3º ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, E. C. Contabilidade geral. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PIZZOLATO, Nélio D. Introdução à contabilidade gerencial. São Paulo: Makron, 2000.

## **INFORMÁTICA**

Informação gerencial. Tipos e usos de informação. Tratamento da informação versus atividades fins. Sistema de Informação Gerencial - SIG. Sistemas de apoio à decisão. Desenvolvimento de indicadores de desempenho. Tecnologia da informação: desenvolvimentos de ambiente apropriados, uso estratégico e aplicação nos diversos subsistemas da empresa. Administração estratégica da informação. A informação como vantagem competitiva.

### **BIBLIOGRAFIA:**

STAIR, R. M. Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial. 2º ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998. (658.4038011 C88p 1998).

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. Gerenciamento de sistemas de informação. 3º ed. São Paulo: LTC, 2001. (658.4038011 L372g 2001).

CRUZ, T. Sistemas de informações gerenciais: tecnologias da informação e a empresa do século XXI. São Paulo: Atlas, 2000. (658.4038011 C957s 2000).

JAMES, A. O. Sistemas de Informação, e as decisões gerenciais na era da internet. São Paulo: Saraiva 2002.

BOGHI, C; SHITSUKA, R. Sistemas de informação: um enfoque dinâmico. São Paulo: Érica, 2002.

## **INGLÊS INSTRUMENTAL**

Inglês instrumental, com ênfase na leitura e compreensão de textos. Funções lingüísticas dos textos. Tempos verbais. Pronomes e formas de tratamento. Expressões usuais em aeroportos, hotéis, restaurantes, agências de viagem, etc.

### **BIBLIOGRAFIA:**

SILVA, J. A. de C., GARRIDO, M. L, BARRETO, T. P. Inglês Instrumental: Leitura e Compreensão de Textos. Salvador: Centro Editorial e Didático, UFBA. 1994. 110p.

ALLIANDRO, H. Dicionário Escolar Inglês Português. Ao livro Técnico, RJ 1995.

TAYLOR, J. Gramática Delti da Língua Inglesa. Ao Livro Técnico, RJ. 1995.

## **ESTRATÉGIAS DE MARKETING**

Conceito de marketing e outros conceitos. Marketing operativo e estratégico. Orientações das empresas para o mercado. O departamento de marketing na empresa. Fundamentos do marketing estratégico. Direção estratégica e marketing. Natureza do marketing estratégico. Análise estratégica do mercado. Delimitação do mercado de referência e a unidade produto-mercado. O ambiente de marketing. O microambiente e o macroambiente. Segmentação e posicionamento. Processo de segmentação de mercados. Diferenciação da oferta e posicionamento. Análise da concorrência e dos concorrentes.

### **BIBLIOGRAFIA:**

KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LAS CASAS, A. L. Marketing: conceitos, exercícios e casos. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CHURCHIL, G. A. Jr. PETER, J. Marketing: criando valor para os clientes. Saraiva: São Paulo, 2000.

COBRA, M. Marketing Básico: uma abordagem brasileira. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

FERRELL O. C. et al. Estratégia de marketing. São Paulo: Atlas, 2000.

KOTLER, P. Marketing em ação: uma nova abordagem para lucrar, crescer e renovar. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

PENTEADO, J. Roberto W. Marketing best: os melhores casos brasileiros de marketing. São Paulo: Makron Books, 1999.

## **CENÁRIO MICROECONÔMICO:**

Conceitos de Economia. Funcionamento do Sistema Econômico. Introdução à Microeconomia: demanda oferta, preço, equilíbrio de mercado, produção e custos. Estruturas de mercado.

### **BIBLIOGRAFIA:**

MULLER, A. Manual de economia básica. Petrópolis: Vozes, 2004.

ROSSETTI, J. P. Introdução à economia. 19º ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CARDOSO, E. A. Economia brasileira ao alcance de todos. São Paulo: Brasiliense, 2000.

FURTADO, M. B. Síntese da economia brasileira. Rio de Janeiro: Livros Técnicos Científicos, 2000.

REZENDE FILHO, C. de B. Economia brasileira contemporânea. São Paulo: Contexto, 2002.

SINGER, P. Aprender economia. São Paulo: Contexto, 2001.

VASCONCELLOS, M. A. S. Economia micro e macro. São Paulo: Atlas, 2000.

## **LEGISLAÇÃO TRIBUTÁRIA E TRABALHISTA**

Sistema Tributário Nacional; Princípios Constitucionais; Competência Tributária; Fontes do direito tributário; Obrigação e Responsabilidades tributárias; Lançamento e Crédito Tributário. Suspensão e Extinção do Crédito Tributário. Garantias e Privilégios do Crédito Tributário. Estudo dos órgãos responsáveis pela elaboração das leis, a análise dos mecanismos existentes para a solução dos conflitos trabalhistas, o conhecimento do conteúdo das leis trabalhistas e o entendimento da organização sindical.

### **BIBLIOGRAFIA:**

Nascimento, A. M. Iniciação ao Direito do Trabalho. São Paulo: Ltr, 2007.

\_\_\_\_\_. Consolidação das Leis do Trabalho. São Paulo: Saraiva 2009.

AUGUSTO, V. R. & COSTA, W.V. Cálculos Trabalhistas. São Paulo: Angelotti, 1995.

CARRION, V. Comentários à Consolidação das Leis do Trabalho. São Paulo: Saraiva 2008.

CASTILHO, P.C.B. Prática de Cálculos Trabalhistas na Liquidação de Sentença. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

CUNHA, M.I.M.S.A. Direito do Trabalho. São Paulo: Saraiva 2008.

GARCIA, R.G. Manual de Rotinas Trabalhistas. Problemas Práticos na Atuação Diária. São Paulo: Atlas, 2003.

GOMES, O. & GOTTSCHALK, E. Curso de Direito do Trabalho. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

GUEDES, C.E.P. Direito do Trabalho. São Paulo: Fundamento, 2006.

MAGANO, O.B. Primeiras Lições de Direito do Trabalho. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

MANUS, P.P.T. Direito do Trabalho. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, A. Manual Didático de Direito do Trabalho. São Paulo: Malheiros Editores, 2008.

MARTINS, S. P. Direito do Trabalho. São Paulo: Atlas, 2008.

NASCIMENTO, A. M. Curso de Direito do Trabalho. São Paulo: Saraiva 2008.

SIDOU, J.M.O. Dicionário Jurídico. Academia Brasileira de Letras Jurídicas. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.

## **COMÉRCIO ELETRÔNICO**

Comercio eletrônico: evolução, estrutura, análise e aplicações. Ambiente digital. Comércio eletrônico e ambiente empresarial; economia digital; mercado eletrônico; integração eletrônica, estratégias de negócios. Características do comércio eletrônico; aspecto de implementação; privacidade e segurança; competitividade; aspectos legais. Organização e tecnologia da informação. Redes; internet: histórico e evolução.

### **BIBLIOGRAFIA:**

FRANCO JUNIOR, C. F. E-business: internet, tecnologia, e sistemas de informação na administração de empresas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

VASCONCELLOS, E. E-commerce nas empresas brasileiras. São Paulo: Atlas, 2005.

## **ESTATÍSTICA**

Séries estatísticas, Distribuição de frequências, Medidas de posição e Medidas de variabilidade. Estatística descritiva. Probabilidade. Variáveis aleatórias. Princípios distribuições. Amostragem. Testes de hipóteses. Regressão linear e Correlação.

### **BIBLIOGRAFIA:**

NEUFELD, J. Estatística aplicada à administração. Usando excel . Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2003.

SMAILES, J. & McGRANE A. Estatística aplicada à administração com excel . São Paulo: Atlas, 2002.

CRESPO, A. A. Estatística fácil. São Paulo: Saraiva 2001.

MARTINS, G. Estatística geral aplicada. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MORETTIN, L.G. Estatística básica. São Paulo: Makron Books, 2002.

SILVER, M. Estatística para administração. São Paulo: Atlas, 2000.

VIEIRA, S. Elementos de estatística. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

## **VENDAS E PÓS-VENDAS**

Administração do tempo. Principais falhas cometidas por um profissional de vendas. Perfil e funções do vendedor de sucesso - regras individuais básicas. A importância de saber ouvir. Fases de uma entrevista de vendas: 1a. Fase da Venda - Pré Abordagem ou planejamento. 2a. Fase da Venda - abordagem, atenção, atitudes positivas, regras de conduta, aspectos que causam negativismo no cliente. 3a. Fase da Venda - levantamento das necessidades do cliente - uso correto de perguntas, perguntas abertas, perguntas fechadas, perguntas reflexivas, perguntas dirigidas, frases e perguntas neutras, como utilizar adequadamente apoios virtuais. 4a. Fase da Venda - ligação das necessidades com as características do produto. 5a. Fase da Venda - movimentação para o compromisso - fechamento da venda - sinais de compra, estimuladores de reações favoráveis do cliente, como tratar objeções mais frequentes. 6a. Fase da Venda - acompanhamento da venda - pós-venda.

### **BIBLIOGRAFIA:**

COBRA, M. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2002.

LAS CASAS, A. L. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2006.

MEGIDO, J. L. T. & Charles J. S. Administração estratégica de vendas e canais de distribuição. São Paulo: Atlas, 2002.

MOREIRA, J. C. T; et al. Administração de vendas. São Paulo: Saraiva 2001.

FUTRELL, C. M. Vendas / fundamentos e novas práticas de gestão. São Paulo: Saraiva 2003.

EDMIR, B. Princípios práticos da gerencia de vendas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

ZAISS, C. D. Treinamento eficaz em vendas. São Paulo: Atlas, 1994.

SOUZA, A. Qualidade em vendas I/ atendimento profissional na venda interna. Rio de Janeiro/ Qualitymark, 1992.

CASSARO, Antonio Carlos. Atender é vender. São Paulo: Pioneira, 1993.

CARVALHO, A.V. Administração da força de vendas. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

LAS CASAS, A. L. Técnicas de vendas. São Paulo: Atlas, 2004.

\_\_\_\_\_. Administração de varejo. São Paulo: Atlas, 1992.

KOTLER, P. Administração de marketing. 10ed. São Paulo: Printice Hall, 2000.

KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. Princípios de marketing. Ed. Rio de Janeiro: Printice Hall, 1993.

McKENNA, Regis. Marketing de relacionamento: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

CHURCUILL Jr, Gilbert & J. P. P. Marketing criando valor para os clientes. São Paulo; Saraiva, 2000.

KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. 8. ed. São Paulo: Editora Futura, 2001.

## **ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

Analisar a empresa moderna como um sistema aberto ao meio globalizado e competitivo. Abordar questões ligadas aos requisitos e necessidades da administração da empresa contemporânea, refletindo sobre formas não burocráticas e alternativas emergentes de gestão. Refletir sobre a concepção da empresa virtual, discutir cenários futuros e analisar o papel do administrador como intérprete e executor do processo de mudanças na empresa.



## BIBLIOGRAFIA:

CHIAVENATO, I. Introdução à teoria geral da administração. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MAXIMIANO, A. C. A. Introdução à Administração. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MUNIZ, A. J. de O. Teoria Geral da Administração: noções básicas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

KWASNICKA, E. L. Teoria Geral da Administração: uma síntese. 2ed. São Paulo: Atlas, 1989.

MAXIMIANO, A. C. A. Teoria Geral da Administração: da Revolução Urbana à Revolução Digital. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MUNIZ, A. J. de O. Teoria Geral da Administração: noções básicas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

STONER, J. Administração. 5º ed. São Paulo: LTC, 1995.

## LOGÍSTICA

A logística. Papel da logística na economia e no comércio. Evolução da logística nas empresas. Cadeia de suprimento. Sistemas de informação e logística. Aquisição. Serviço ao cliente. Medidas de desempenho logístico. Logística global. Estratégias logísticas. Sistemas de controle de materiais. JIT; DRP; MPS; DRP, MRP II. Integração das operações logísticas. Projetos de cadeias de suprimento. Nível de serviço logístico. Processos logísticos especiais: Supply Chain Management (SCM) e Efficient Consumer Response (ECR). Enterprise Resource Planning (ERP). Sistemas de informação para logísticas: EDI e outras tecnologias de informação. A internet e a logística: E-business.

## BIBLIOGRAFIA:

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. Logística Empresarial – o processo de integração da cadeia de suprimento. São Paulo: Atlas, 2001.

CHING, H. Y. Gestão de Estoques na Cadeia de Logística Integrada. São Paulo: Atlas, 2006.

ROSA, Clóvis. Gestão de Almoxarifados. São Paulo: Edicta, 2003.

ASLOG. Glossário Logística. São Paulo: Aslog, 2004.

BALLOU, R. Logística Empresarial. São Paulo: Atlas, s/d.

CAIXETA FILHO, J. V. Gestão Logística do Transporte de Cargas. Atlas: São Paulo, 2001.

FLEURY, Paulo F.; WANKE, P; FIGUEIREDO, K. Logística Empresarial: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2000.

GONÇALVES, P. S; SCHWEMBER. Administração de Estoques. Rio de Janeiro: Interciência, s/d.

## **CENÁRIO MACROECONÔMICO**

Fundamentos da análise macroeconômica. Problemas macroeconômicos. Modelos macroeconômicos. Contabilidade nacional. Determinantes da demanda agregada. Determinantes da oferta agregada. Moeda. Juros e renda. Relações com o exterior. Equilíbrio geral. Política econômica. Evolução da economia local e brasileira. Ciclos econômicos. Ocupação econômica. Políticas e estratégias de desenvolvimento estrutura do PIB - Produto interno bruto. Distribuição espacial do PIB.

### **BIBLIOGRAFIA:**

DORNBUSCH, R. Introdução à Economia: para cursos de administração, direito, ciências humanas e contábeis. 2º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

PINHO, D. B. 5º ed. São Paulo: Saraiva 2005.

ROSSETTI, J. P. Introdução à economia. 20º ed. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2003.

## **ANÁLISE DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS**

O conceito de custo. Política de custos. Introdução geral aos fundamentos da gestão de custos. Análise de planilhas de custos. Gerenciamento de custos. Custos para decisão. Custos para controle. Metodologias tradicionais e contemporâneas utilizadas para a gestão de custos nas empresas. Custos diretos e custos indiretos. Variabilidade dos custos em relação ao volume de produção. Métodos de custeio. Importância da apuração, análise e gerenciamento de custos. A importância do volume de atividade na gestão dos custos. Faturamento de equilíbrio. Técnicas de formação de preço de venda. Os arranjos produtivos locais (incubadoras) como forma de alavancar novos negócios.

### **BIBLIOGRAFIA:**

MARTINS, E. Contabilidade de custos. 9ª. Ed. São Paulo. Atlas. 2003;

MAHER, M. Contabilidade de custos: criando valor para a administração. 1ª. Ed. São Paulo. Ed. Atlas. 2001.

JIAMBALVO, J. Contabilidade gerencial. Rio de Janeiro. 1ª. Ed. LTC Livros Técnicos e Científicos Editora;

BRUNI, A. L. & FAMÁ, R. Gestão de custos e formação de preços. São Paulo. Ed. Atlas. 2002;

BERNARDI, L. A. Manual de formação de preços. 3ª. Ed. São Paulo. Ed. Atlas. 2004.

BERTÓ, D. J. & BEULKE, R. Gestão de custos. Ed. Saraiva. São Paulo. 2005.

DUTRA, R. G. C: uma abordagem prática. 5ª. Ed. São Paulo. Ed. Atlas;

PEREZ JÚNIOR, J. H; OLIVEIRA, L. M. e COSTA, R. G. Gestão estratégica de custos. 3ª. Ed. São Paulo. Ed. Atlas. 2003.

VANDERBECK, E. J. & NAGY, C. F. Contabilidade de custos. 11ª. Ed. São Paulo. Editora Pioneira. 2000.

## **GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS**

Fundamentar e definir políticas e práticas de gestão de pessoas nas empresas; conhecer as principais atividades e procedimentos dos vários sub-sistemas da administração de pessoas e os impactos de sua operacionalização em diferentes instâncias organizacionais; familiarizar-se com processo de formulação de políticas de gestão de pessoas, identificando seus elementos componentes para implementação e avaliação.

### **BIBLIOGRAFIA:**

CHIAVENATTO, I. Gestão de Pessoas - o novo papel de Recursos Humanos. Ed. Campos.

CHIAVENATTO, I. Administração nos novos tempos. Ed. Makron Books.

MILKOVICH, G. T. & BOUDREAU, J. W. Administração de recursos humanos. Atlas, 2000.