



Unidade do Ensino Superior
de Graduação

Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

Referência:
[do CNCST]

Eixo Tecnológico:
[Gestão e Negócios]

Unidade:
[Fatec Araraquara - R-10]

[2023] / [2º Semestre]





Unidade do Ensino Superior
de Graduação

2022

Versão do Template 4.0.0 - Lançado em 17/06/2022

Recomendamos que este material seja utilizado em seu formato digital, sem a necessidade de impressão.

QUADRO DE ATUALIZAÇÕES

Data de implantação: 2017 / 2º Sem.

Data	Tipo	Documento de validação Instrução, memorando etc.	Detalhamento
2023 / 1º Sem.	Reestruturação		Reestruturação do CST em Gestão Comercial conforme orientações/ deliberações.

Expediente CPS

Diretora-Superintendente

Laura Laganá

Vice-Diretora-Superintendente

Emilena Lorenzon Bianco

Chefe de Gabinete

Armando Natal Maurício

Expediente Cesu

Coordenador Técnico

Rafael Ferreira Alves

Diretor Acadêmico-Pedagógico

André Luiz Braun Galvão

Departamento Administrativo

Elisete Aparecida Buttignon

EDI – Equipe de Desenvolvimento Instrucional

Thaís Lari Braga Cilli

Fábio Gomes da Silva

Mauro Yuji Ohara

Responsáveis pelo documento

Helio Roberto de Moraes





Sumário

1. Contextualização.....	7
1.1 Instituição de Ensino.....	7
1.2 Atos legais referentes ao curso.....	7
2. Organização da educação	8
2.1 Currículo escolar em Educação Profissional e Tecnológica organizado por competências.....	8
2.2 Autonomia universitária	10
2.3 Estrutura Organizacional.....	10
2.4 Metodologia de Ensino-Aprendizagem	10
2.5 Avaliação da aprendizagem - Critérios e Procedimentos.....	11
3. Dados do Curso em Gestão Comercial	14
3.1 Identificação	14
3.2 Dados Gerais	14
3.3 Justificativa.....	15
3.4 Objetivo do Curso	16
3.5 Requisitos e Formas de Acesso.....	17
3.6 Prazos mínimo e máximo para integralização.....	17
3.7 Aproveitamento de Estudos, de Conhecimentos e de Experiências Anteriores.....	17
3.8 Exames de proficiência	17
3.9 Certificados e diplomas a serem emitidos.....	17
4. Perfil Profissional do Egresso	18
4.1 Competências profissionais.....	18
4.2 Competências socioemocionais.....	18
4.3 Mapeamento de Competências por Componente	19
4.4 Temáticas Transversais.....	24
4.5 Língua Brasileira de Sinais - Libras.....	24
5. Organização Curricular	25
5.1 Pressupostos da organização curricular.....	25
5.2 Matriz curricular do CST em Gestão Comercial – Fatec Araraquara - R-10.....	26
5.3 Tabela de componentes e distribuição da carga horária	27
5.4 Distribuição da carga horária dos componentes complementares.....	28





6. Ementário	29
6.1 Primeiro Semestre	29
6.1.1 – PGC-007 – Projeto Integrador I – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas	29
6.1.2 – ADM-026 – Administração Geral – Oferta Presencial – 80 aulas	30
6.1.3 – LPO-026 – Comunicação e Expressão – Oferta Presencial – 80 aulas	31
6.1.4 – HSO-024 – Desenvolvimento de Competências Sociais – Oferta Presencial – 40 aulas	33
6.1.5 – MAE-004 – Fundamentos de Matemática Elementar – Oferta Presencial – 40 aulas	34
6.1.6 – HSO-023 – Responsabilidade Socioambiental – Oferta Presencial – 40 aulas	34
6.1.7 – INF-050 – Fundamentos de Informática – Oferta Presencial – 40 aulas	35
6.1.8 – ING-231 – Inglês I – Oferta Presencial – 40 aulas	36
6.1.9 – ESP-091 – Espanhol I – Oferta Presencial – 40 aulas	37
6.2 Segundo Semestre	39
6.2.1 – PGC-008 – Projeto Integrador II – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas	39
6.2.2 – CON-020 – Contabilidade e Custos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	40
6.2.3 – CEE-051 – Empreendedorismo e Inovação – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	41
6.2.4 – GPJ-014 – Gestão de Processos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	42
6.2.5 – ESP-092 – Espanhol II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	43
6.2.6 – ING-232 – Inglês II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	44
6.2.7 – MMF-011 – Matemática Financeira – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	45
6.3 Terceiro Semestre	47
6.3.1 – AGF-038 – Gestão Financeira e Orçamentária – Semestral Presencial – 80 aulas	47
6.3.2 – ECN-031 – Economia – Semestral Presencial – Total de 80 aulas	48
6.3.3 – ISI-028 – Sistemas de Informação – Semestral Presencial – Total de 80 aulas	49
6.3.4 – PGC-009 – Projeto Integrador III – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas	50
6.3.5 – TCE-005 – Fundamentos de Comunicação Empresarial – Semestral – Presencial – 40 aulas	51
6.3.6 – ING-233 – Inglês III – Semestral – Presencial – 40 aulas	52
6.3.7 – ESP-093 – Espanhol III – Semestral - Presencial – 40 aulas	53
6.3.8 – HSC-015 – Sociedade e Cultura – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	54
6.4 Quarto Semestre	56
6.4.1 – PGC-010 – Projeto Integrador IV – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas	56
6.4.2 – AGR-032 – Gestão de Pessoas – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	57
6.4.3 – AGS-026 – Cadeia de Suprimentos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	58
6.4.4 – PEM-011 – Técnicas de Negociação – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	59
6.4.5 – PEM-012 – Comunicação Interna e Endomarketing – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	60
6.4.6 – EST-056 – Estatística Aplicada a Gestão – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	61





6.4.7 – MPC-021 – Métodos para a Produção do Conhecimento – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	62
6.4.8 – ING-234 – Inglês IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	63
6.4.9 – HSC-016 – Tecnologia e Cultura – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	64
6.5 Quinto Semestre	65
6.5.1 – PGC-011 – Projeto Integrador V – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas	65
6.5.2 – MKS-003 – Gestão de Marketing – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	66
6.5.3 – MKS-005 – Publicidade e Marketing Digital – Oferta Presencial – Total de 80 aulas..	67
6.5.4 – MKS-004 – Promoção e Merchandising – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	68
6.5.5 – RPC-004 – Comportamento do Consumidor – Oferta Presencial – Total de 40 aulas....	69
6.5.6 – GPJ-015 – Fundamentos da Gestão de Projetos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas	70
6.5.7 – DDE-016 – Direito Empresarial – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	71
6.5.8 – ING-235 – Inglês V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	72
6.6 Sexto Semestre.....	73
6.6.1 – PGC-012 – Projeto Integrador VI – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas	73
6.6.2 – AGE-030 – Gestão Estratégica – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	74
6.6.3 – ADM-027 – Plano de Negócios – Oferta Presencial – Total de 80 aulas.....	75
6.6.4 – AGQ-034 – Gestão da Qualidade em Serviços – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	76
6.6.5 – MKS-006 – Fundamentos de Marketing de Serviços – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	77
6.6.6 – AGF-040 – Gestão de Vendas – Oferta Presencial – Total de 80 aulas	78
6.6.7 – ING-236 – Inglês VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas.....	79

7. Outros Componentes Curriculares 81

7.1 Trabalho de Graduação.....	81
7.2 Estágio Curricular Supervisionado.....	83

8. Quadro de Equivalências (em caso de reestruturação)..... 84

9. Perfis de Qualificação..... 87

9.1 Corpo Docente	87
9.2 Auxiliar Docente e Técnicos-Administrativos	87
9.2.1 Relação dos componentes com respectivas áreas	87

10. Infraestrutura Pedagógica 90

10.1 Resumo da infraestrutura disponível	90
--	----





10.2 Laboratórios ou ambientes de aprendizagem associados ao desenvolvimento dos componentes curriculares.....	90
10.3 Apoio ao Discente	91
11. Referências.....	92
12. Referências das especificidades locais	93





1. Contextualização

1.1 Instituição de Ensino

Fatec: Fatec Araraquara - R-10 – Prof. José Arana Varela

Razão social: Faculdade de Tecnologia de Araraquara

Endereço: Rua Precide Scarpino Martin, 126, Jardim Santa Clara, Araraquara

Decreto de criação: [62.679/2017]

1.2 Atos legais referentes ao curso

Autorização: [Despacho 2736 do CEETEPS]/[13/04/2017]

Data	Tipo	Portaria CEE/GP Parecer CD (somente reestruturação)
2022 / 2º Sem.	Renovação do Reconhecimento do Curso	Parecer do CEE publicado no D.O. em 06/07/2022
2020/ 1º Sem.	Portaria	108 do CEE de 13 de março de 2020
2023 / 2º Sem.	Reestruturação	Processo CEETEPS-PRC-2022/41004

|





2. Organização da educação

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação - LDB, de nº 9394/96, organiza a educação no Brasil em sistemas de ensino, com regime de colaboração entre si, determinando sua abrangência, áreas de atuação e responsabilidades. Estão definidos como sistemas de ensino o da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. As instituições de educação superior, mantidas pelo poder público estadual e municipal, estão vinculadas por delegação da União aos Conselhos Estaduais de Educação (BRASIL, 1996). O Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps, por ser uma instituição mantida pelo poder público – Governo do Estado de São Paulo, tem os cursos das Fatecs avaliados pelo Conselho Estadual de Educação de São Paulo – CEE-SP.

2.1 Currículo escolar em Educação Profissional e Tecnológica organizado por competências

A Educação Profissional e Tecnológica (EPT) é um tipo de educação que integra a educação nacional e que, particularmente, visa ao preparo para o trabalho em cargos, funções em empresas ou de modo autônomo, contribuindo para a inserção do cidadão no mundo laboral, uma importante esfera da sociedade.

O currículo em EPT constitui-se no esquema teórico-metodológico, organizado pela categoria “competências”, que orienta e instrumentaliza o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, de acordo com as funções do mundo do trabalho, relacionadas a processos produtivos e gerenciais, bem como a demandas sociopolíticas e culturais. É, etimologicamente e metaforicamente, o “caminho”, ou seja, a trajetória percorrida por educandos e educadores, em um ambiente diverso, multicultural, o qual interfere, determina e é determinado pelas práticas educativas.

No currículo escolar, tem-se a sistematização dos conteúdos educativos planejados para um curso ou componente, que visa à orientação das práticas pedagógicas, de acordo com as filosofias subjacentes a determinadas concepções de ensino, de educação, de história e de cultura, sob a tensão das leis e diretrizes oficiais, com suas rupturas e reconfigurações. No currículo escolar em EPT há o planejamento, a sistematização e o desenvolvimento de perfis profissionais, atribuições, atividades, competências, valores e conhecimentos, organizados em componentes curriculares e por eixo tecnológico ou área de conhecimento. É organizado de forma a atender aos objetivos da EPT, de acordo com as funções gerenciais, às demandas sociopolíticas e culturais e às relações de atores sociais da escola.

Em síntese, os conteúdos curriculares são planejados de modo contextualizado a objetivos educacionais específicos e não apenas como uma apresentação à cultura geral acumulada nas histórias das sociedades. Esse é um importante aspecto epistemológico que direciona as frentes de trabalho e os procedimentos metodológicos de elaboração curricular no Ceeteps.

Para além de uma preocupação documental e legal, a pesquisa curricular deve pautar-se, também, em um trabalho de campo, com a formação de parcerias com o setor produtivo para a elaboração de currículos. Portanto, a Unidade Escolar não pode distanciar-se do entorno, tanto o mais próximo geograficamente como um entorno lato, da própria sociedade que acolherá o educando e o egresso dos sistemas educacionais em seu trabalho e em sua vida. No caso da EPT, o contato íntimo e constante com o mundo extraescolar é condição essencial para o sucesso do ensino e para a consecução de uma aprendizagem ativa e direcionada.

O currículo da EPT, como percurso ou “caminho” para o desenvolvimento de competências e conhecimentos que formam o perfil profissional do tecnólogo, segue fontes diversificadas para sua formulação, tendo como instrumento descritivo e normalizador o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia - CNCST (BRASIL, 2016). Outras fontes complementares são utilizadas como pesquisas junto ao setor produtivo, para levantamento das necessidades do mundo do trabalho, além das descrições da Classificação Brasileira de Ocupações – CBO (BRASIL, 2017), sistemas de colocação e de recolocação profissionais.

Considerando-se a Resolução CNE/ CP de nº 1 (BRASIL, 2021), que trata das disposições das Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, em seu art. 28, destacam-se os preceitos legais para a organização ou proposição do perfil e das competências do nível superior tecnológico,





a exemplo da “produção e a inovação científica e tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho.” (BRASIL, 2021).

A natureza e o diferencial do perfil e das competências do profissional graduado em tecnologia são, também, pautados na Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), que “estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das Fatecs do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Ceeteps”:

- I. A organização curricular dos Cursos Superiores de Tecnologia deverá contemplar o desenvolvimento de competências profissionais e será formulada em consonância com o perfil profissional de conclusão do curso, o qual define a identidade do mesmo e caracteriza o compromisso ético da instituição com os seus alunos e a sociedade.
- II. A organização curricular compreenderá as competências profissionais tecnológicas e socioemocionais, incluindo os fundamentos científicos e humanísticos necessários ao desempenho profissional do graduado em tecnologia.
- III. Quando o perfil profissional de conclusão e a organização curricular incluírem competências profissionais de distintas áreas, o curso deverá ser classificado na área profissional predominante. (CEETEPS, 2021).

A interação entre a EPT e o setor produtivo, bem como a “centralidade do trabalho assumido como princípio educativo”, destacam-se como princípios norteadores da construção dos itinerários formativos, conforme as referidas Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica (BRASIL, 2021), o que é de suma importância para o planejamento curricular e sua estruturação em Projetos Pedagógicos de Curso (PPCs):

Art. 3º São princípios da Educação Profissional e Tecnológica:

- I - Articulação com o setor produtivo para a construção coerente de itinerários formativos, com vista ao preparo para o exercício das profissões operacionais, técnicas e tecnológicas, na perspectiva da inserção laboral dos estudantes;
- II - Respeito ao princípio constitucional do pluralismo de ideias e de concepções pedagógicas;
- III - Respeito aos valores estéticos, políticos e éticos da educação nacional, na perspectiva do pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho;
- IV - Centralidade do trabalho assumido como princípio educativo e base para a organização curricular, visando à construção de competências profissionais, em seus objetivos, conteúdos e estratégias de ensino e aprendizagem, na perspectiva de sua integração com a ciência, a cultura e a tecnologia. (BRASIL, 2021).

Com as modificações sócio-históricas-culturais no território em contextos nacional e internacional, as atividades de ensino devem responder – e corresponder – às inovações, que incluem digitalização dos processos, atividades de pesquisa e aquisição de conhecimentos culturais. Deve incluir também culturas internacionais, de movimentos identitários e de vanguarda, para o desenvolvimento individual e de coletividades em uma sociedade diversa, que se quer cidadã, responsável para com o futuro e com as atuais e vindouras gerações.

O currículo da EPT, assim articulado com o setor produtivo e com outras instâncias da sociedade, adotando o trabalho como princípio norteador e planejado pela categoria “competências”, apresenta maior potencialidade para atualização contínua, configurando-se em instrumento dinâmico e moderno que acompanha, necessariamente, as configurações e reconfigurações científicas, tecnológicas, históricas e culturais.

A EPT, dessa forma, assume o compromisso de atender ao seu público-alvo de maneira mais efetiva e que otimize a inserção ou a requalificação de trabalhadores em um contexto de mudanças, de mobilização de conhecimentos e áreas de diversas origens, fontes e objetivos. Ações que convergem para os princípios do pluralismo e da integração na laborabilidade, em uma sociedade marcada por traços cada vez mais fortes de hibridismo, de interdisciplinaridade e de multiculturalidade.

Ressalta-se a necessidade da extensão dos conhecimentos apreendidos para além do universo acadêmico, ou seja, a transposição desse conjunto de valores, competências e habilidades para contextos reais de trabalho, que demandam a apropriação e a articulação dos saberes, das técnicas e das tecnologias para a solução de problemas e proposição de novas questões. A formação para a melhoria de produtos, processos e serviços integra o perfil do graduado em tecnologia.

Nesse cenário, a EPT, acompanhando tendências educacionais e do setor produtivo, sofreu uma profunda mudança de paradigma, de um ensino primordialmente organizado por conteúdos para um ensino voltado ao desenvolvimento de competências, ou seja, que visa mobilizar os conhecimentos e as habilidades práticas para a solução de problemas sociais e profissionais, indo ao encontro das perspectivas de mobilidade social e laboral, que são previstos e favorecidos por uma sociedade mais digitalizada e que trabalha em rede, de modo colaborativo, intercultural e internacionalizado.

Com o ensino por competências, o foco deve estar no alcance de objetivos educacionais bem definidos nos planos curriculares, aliando-se os interesses dos alunos, aos conhecimentos (temas relativos à vida contemporânea e, também, ao cânone cultural de cada sociedade), às habilidades e aos interesses individuais, incluindo as inclinações técnicas, tecnológicas e científicas. Com um currículo organizado para o desenvolvimento





de competências, é possível desenvolver e avaliar conhecimentos, habilidades e experiências intra e extraescolares, bem como manter a dinamicidade e a atualidade das propostas pedagógicas.

No âmbito institucional do Centro Paula Souza, há o claro direcionamento para a elaboração, o desenvolvimento e a gestão curricular por competências, habilidades e aptidões, incluindo o desenvolvimento de práticas na realidade do setor produtivo (empresas e instituições), preferencialmente de modo colaborativo e contínuo.

2.2 Autonomia universitária

A LDB de nº 9394 (BRASIL, 1996) determina, no § 2º do art. 54, que “atribuições de autonomia universitária poderão ser estendidas a instituições que comprovem alta qualificação para o ensino ou para a pesquisa, com base em avaliação realizada pelo poder público”. Autonomia é sinônimo de maturidade acadêmica e de competência. Por ter alcançado essas premissas, a partir de março de 2011, pela Deliberação CEE de nº 106 (SÃO PAULO, 2011), o CEE-SP delegou as seguintes prerrogativas de autonomia universitária ao Ceeteps:

- ▶ Criar, modificar e extinguir, no âmbito do estado de São Paulo, faculdades e cursos de tecnologia, de especialização e de extensão na sua área de atuação, assim como de outros programas de interesse do governo do estado;
- ▶ Aumentar ou diminuir o número de vagas de seus cursos, assim como transferi-las de um período para outro;
- ▶ Elaborar os programas dos cursos;
- ▶ Dar início ao funcionamento dos cursos;
- ▶ Expedir e registrar seus próprios diplomas.

2.3 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional da Fatec segundo o Regimento das Faculdades de Tecnologia, aprovado na Deliberação de nº 31 (CEETEPS, 2016), é apresentada em resumo conforme abaixo:

- I - Congregação;
- II - Câmara de Ensino, Pesquisa e Extensão - CEPE (facultativo);
- III - Diretoria;
- IV - Departamentos ou Coordenadorias de Cursos;
- V - Núcleos Docentes Estruturantes - NDEs;
- VI - Comissão Própria de Avaliação - CPA;
- VII - Auxiliares Docentes;
- VIII - Corpo Administrativo.

2.4 Metodologia de Ensino-Aprendizagem

As metodologias de ensino e avaliação discente adotadas nos Cursos Superiores de Tecnologia do Centro Paula Souza foram concebidas para proporcionar formação coerente com o perfil do egresso postulado no Projeto Pedagógico do Curso. O ensino é pautado pela articulação entre teoria e prática dos componentes curriculares, com a aplicação de suas tecnologias na formação profissional e na formação complementar, na qual a execução de procedimentos discutidos nas aulas consolida o aprendizado e confere ao discente a destreza prática requerida ao exercício da profissão.

Assim, o ensino é pensado e executado de modo a contextualizar o aprendizado, formando um egresso com postura crítica nas questões locais, nacionais e mundiais, com capacidade de inferir no desenvolvimento





tecnológico da profissão, em constante mudança. O constructo da formação do discente está fundamentado na tríade ensino, pesquisa e extensão. As atividades de pesquisa são estimuladas durante o processo de ensino, despertando nos discentes o interesse em participar de ações de iniciação científica, o que permite uma maior reflexão e associação de suas investigações com os conteúdos curriculares trabalhados em aula.

Em resumo, o curso estimula a formação e a construção do espírito científico, são utilizadas metodologias e estratégias de ensino como a abordagem por problema e por projetos, e outras que o docente julgue estar condizente com o PPC, tais como:

- ▶ Metodologias ativas, como sala de aula invertida, estudo de caso, rotação por estações, desafios, entre outras;
- ▶ Aulas expositivas e dialogadas, contemplando ou não atividades;
- ▶ Aulas práticas em laboratórios para sedimentação da teoria;
- ▶ Pesquisas científicas desenvolvidas com possível apresentação em evento científico;
- ▶ Integração entre componentes.

Como suporte ao seu aprendizado, o discente conta ainda com outro recurso, as monitorias, período destinado a estudo livre, que corroboram para implementação das diferentes metodologias adotadas no curso.

2.5 Avaliação da aprendizagem - Critérios e Procedimentos

A avaliação da aprendizagem, no contexto da EPT, é direcionada para a avaliação de competências profissionais. Dessa maneira, a avaliação pode ser entendida como o processo que aprecia e mensura o aprendizado e a capacidade de agir de modo eficaz em contextos profissionais ou em simulações, com a atribuição de conceito (menção, nota numérica), que represente, a partir da aplicação de critérios e de uma escala avaliativa predefinida, o grau de satisfatoriedade e insatisfatoriedade, destaque ou excelência do desenvolvimento de competências.

Já a avaliação de competências, é efetuada por meio de **procedimentos de avaliação**, conjunto de ações de planejamento e desenvolvimento de avaliação formativa e respectivos instrumentos e ferramentas, projetados pelo(a) professor(a). Dentre muitas possibilidades, destaca-se, como procedimento de avaliação cabível no contexto da EPT: o planejamento, a formatação e a proposição, em equipes, de projeto formativo aos alunos, que vise desenvolver protótipo de produto e respectiva apresentação, de forma interdisciplinar, preferencialmente.

Vale lembrar que toda avaliação requer critérios, que, por um consenso de teorias e práticas educacionais, são concebidos como “**critérios de desempenho**” no ensino por competências, ou seja: “juízos de valor”; condições e níveis de aceitabilidade/não aceitabilidade, adequação, satisfatoriedade ou excelência; julgamento de eficiência e eficácia, norma ou padrão de avaliação utilizados pelo(a) professor(a) ou por outros avaliadores.

A avaliação escrita, demonstração prática ou projeto e a respectiva documentação atendem, de forma satisfatória/com excelência, aos objetivos da avaliação formativa em termos de:

- ▶ Coerência/coesão;
- ▶ Relacionamento de ideias;
- ▶ Relacionamento de conceitos;
- ▶ Pertinência das informações;
- ▶ Argumentação consistente;
- ▶ Interlocução – ouvir e ser ouvido;
- ▶ Interatividade, cooperação e colaboração;
- ▶ Objetividade;
- ▶ Organização;
- ▶ Atendimento às normas;





- ▶ Cumprimento das tarefas Individuais;
- ▶ Pontualidade e cumprimento de prazos;
- ▶ Postura adequada, ética e cidadã;
- ▶ Criatividade na resolução de problemas;
- ▶ Execução do produto;
- ▶ Clareza na expressão oral e escrita;
- ▶ Adequação ao público-alvo;
- ▶ Comunicabilidade;
- ▶ Capacidade de compreensão.

A avaliação de competências é pautada, intrinsecamente, nas **evidências de desempenho**, que consiste na demonstração de ações executadas pelos alunos e na avaliação de qualidade e adequação dessas ações em relação às propostas avaliativas. As competências, como capacidades a serem demonstradas e mensuradas, podem ser avaliadas a partir de uma extensa gama de evidências de desempenho. Apresentam-se algumas possibilidades:

- ▶ Realização de pesquisa de mercado contextualizada à proposta avaliativa;
- ▶ Troca de informações e colaboração com membros da equipe, superiores e possíveis clientes;
- ▶ Pesquisa atualizada e relevante sobre bibliografias, experiências próprias e de outros, conceitos, técnicas, tecnologias e ferramentas;
- ▶ Execução de ensaios e testes apropriados e contextualizados;
- ▶ Contato documentado com parceiros, interessados e apoiadores em potencial;
- ▶ Apresentação clara de lista de objetivos, justificativa e resultados;
- ▶ Apresentação de sínteses, análises e avaliações claras e pertinentes ao planejamento e à execução do projeto.

Como prova ou produto entregável, avaliável e dimensionável do desenvolvimento de competências, são necessárias as evidências de produto, ou seja, o conjunto de entregas avaliáveis: resultados das atividades práticas ou teórico-conceituais dos alunos. São possibilidades de evidência de produtos:

- ▶ Avaliação escrita sobre conceitos, práticas e pesquisas abordados;
- ▶ Plano de ações;
- ▶ Monografia;
- ▶ Protótipo com manual técnico;
- ▶ Maquete com memorial descritivo;
- ▶ Artigo científico;
- ▶ Projeto de pesquisa/produto;
- ▶ Relatório técnico – podendo ser composto, complementarmente, por novas técnicas e procedimentos; preparações de pratos e alimentos; modelos de cardápios – ficha técnica de alimentos e bebidas; softwares e aplicativos de registros/licenças;
- ▶ Áreas de cultivo vegetal e produção animal e plano de agronegócio;
- ▶ Áudios, vídeos e multimídia;
- ▶ Sínteses e resenhas de textos;
- ▶ Sínteses e resenhas de conteúdos de mídias diversas;
- ▶ Apresentações musicais, de dança e teatrais;
- ▶ Exposições fotográficas;
- ▶ Memorial fotográfico;





- ▶ Desfiles ou exposições de roupas, calçados e acessórios;
- ▶ Modelo de manuais;
- ▶ Parecer técnico;
- ▶ Esquemas e diagramas;
- ▶ Diagramação gráfica;
- ▶ Projeto técnico com memorial descritivo;
- ▶ Portfólio;
- ▶ Modelagem de negócios;
- ▶ Plano de negócios.

Para o ensino e avaliação de competências em EPT de nível superior, os preceitos de interdisciplinaridade têm muito a contribuir, considerando-se as prerrogativas de um ensino-aprendizagem voltado à solução de problemas, de modo coletivo, colaborativo e comunicativo, com aproveitamento de conhecimentos, métodos e técnicas de vários componentes curriculares e respectivos campos científicos e tecnológicos.

Sob essa perspectiva, a interdisciplinaridade pode ser considerada uma concepção e metodologia de cognição, ensino e aprendizagem, que prevê a interação colaborativa de dois ou mais componentes para a solução e proposição de questões e projetos relacionados a um tema, objetivo ou problema. Desse modo, a valorização e a aplicação contextualizada dos diversos saberes e métodos disciplinares, sem a anulação do repertório histórico produzido e amparado pela tradição, contribuem para a prospecção de novas abordagens e, com elas, um projeto *lato sensu* de pesquisa contínua de produção e propagação de conhecimentos.





3. Dados do Curso em Gestão Comercial

3.1 Identificação

O CST em Gestão Comercial consta do CNCST, no Eixo Tecnológico em Gestão e Negócios.

3.2 Dados Gerais

Modalidade	Presencial	
Referência	do CNCST	
Eixo tecnológico	Gestão e Negócios	
Carga horária total	<p>Matriz Curricular (MC):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 2.400 horas correspondendo a uma carga de 2.880 aulas de 50 minutos cada <p>Aulas on-line síncronas (Percentual permitido na legislação em vigor):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 480 horas <p>Componentes Complementares:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Trabalho de Graduação (160 horas) (Obrigatório a partir do 5º Semestre) <input checked="" type="checkbox"/> Estágio Curricular Supervisionado (240 horas) (Obrigatório a partir do 4º Semestre) <input type="checkbox"/> Atividades Acadêmico-Científico-Culturais (Não obrigatório) 	
Duração da hora/aula	50 minutos	
Período letivo	Semestral, mínimo de 100 dias letivos	
Vagas e turnos	40 vagas totais semestrais	<input type="checkbox"/> Matutino: 00 vagas <input type="checkbox"/> Vespertino: 00 vagas <input checked="" type="checkbox"/> Noturno: 40 vagas <input type="checkbox"/> Ingresso Matutino A partir do [Escolher um item,] Noturno: 00 vagas <input type="checkbox"/> Ingresso Vespertino A partir do [Escolher um item,] Noturno: 00 vagas
Prazo de integralização	Mínimo de 3 anos (6 semestres) Máximo de 5 anos (10 semestres)	
Formas de acesso <small>(de acordo com o Regulamento de Graduação)</small>	I - Processo seletivo vestibular: preenchimento de vagas do primeiro semestre do curso. II - Vagas remanescentes: edital para seleção ao longo do curso.	





3.3 Justificativa

O CST em Gestão Comercial é um instrumento importante de qualificação profissional para a região Central do estado de São Paulo. Como será apresentado, os índices do município somados às características socioeconômicas da região capitaneada por Araraquara demandam a formação de gestores comerciais.

Araraquara vem apresentando um elevado desempenho econômico. Nos últimos anos, seu Produto Interno Bruto - PIB ultrapassou R\$ 10 bilhões e o PIB per capita é R\$ 40.368 (FUNDAÇÃO SISTEMA ESTADUAL DE ANÁLISE DE DADOS - SEADE, 2019). Essa base econômica é sustentada por uma triangulação madura de atividades econômicas locais a saber: o comércio, o serviço e a indústria. O comércio local é referência para cidades da região, possui mais de 6000 empresas dos mais variados segmentos e é responsável por 22,35% do mercado de trabalho do município (SINCOMÉRCIO, 2022), entre os principais estão: aeronáutico, agronegócios, alimentos/bebidas, atacado, distribuição, logística, metal mecânico, farmacêutico, energia, têxtil e a tecnologia da informação. A indústria conta com empresas de grande porte, multinacionais e nacionais, que investem constantemente em tecnologia e proporcionam a oportunidade de desenvolvimento local. Alguns exemplos de empresas de grande importância para o município são a ZF Sachs, a Heineken, a DXC Technology, a Randon, a Cutrale, a Lupo e a Hyundai. Percebe-se que a base da indústria araraquarense é diversificada. O serviço, responsável por mais de 70% do PIB local, gera mais de 10 mil empregos formais. O profissional egresso do CST em Gestão Comercial, portanto, pode ser encontrar oportunidades em vários setores dentro da economia de Araraquara e região.

Juntamente com 26 municípios que compõem a Região Administrativa Central do Estado, Araraquara apresenta potencial para o desenvolvimento da atividade turística com variados recursos naturais e histórico-culturais, passíveis de aproveitamento turístico; o fluxo mais expressivo de visitantes e turistas em Araraquara está relacionado diretamente com o Turismo de Negócios e Eventos, que atrai um público significativo em virtude da sua especificidade. Nesse sentido, indica-se que a cidade possui uma repleta diversidade de empreendimentos de hospedagem que propicia o atendimento de diferentes tipos de públicos, juntamente com seu diversificado comércio de alimentos e bebidas.

Destaca-se que Araraquara é um importante polo regional, que atrai consumidores de dezenas de outras cidades, possui um movimentado e sólido comércio atacadista e varejista, além de uma gama enorme de empresas prestadoras de serviços (BASSETTO, 2014; TOLEDO; PRANDO; COLOMBO, 2015) que empregam força de trabalho intensiva (JARDIM; PORCIONATO, 2014).

O município tem integrado, em sua estrutura, características peculiares e díspares. Observa-se a existência de um setor agrícola estabelecido em moldes capitalistas modernos (TOLEDO; PRANDO; COLOMBO, 2015) com destaque para a produção da cana - cultivo que representa 88,94% dos hectares plantados - e da laranja, - espécie que ocupa 3,73% das áreas cultivadas (SEADE, 2019). Dispõe ainda de um setor industrial significativo, marcado pela existência de indústrias diversas tais como: têxtil, de máquinas e equipamentos, de alumínio e cervejaria. Apresenta ainda um parque industrial associado à produção de suco concentrado de laranja e à produção açucareira. Vale destacar que a indústria de alimentos e bebidas representa o maior espectro empresarial do município (RAIS, 2019). Por fim, há um setor técnico-científico, constituídos por servidores e empregados públicos ligados a universidades, aos órgãos administrativos de planejamento estatal e municipal (dentre outros) (TOLEDO; PRANDO; COLOMBO, 2015). No total, Araraquara dispõe de 13.346 estabelecimentos empregadores da força trabalho, que geram mais 72 mil empregos formais (CAGED, 2022).

Segundo o IBGE Cidades (2016) o município de Araraquara apresenta 610 entidades sem fins lucrativos que também demanda gestores, pois geram mais de 3800 empregos. A tabela 1 detalha as opções disponíveis por grupo de classificação.

Tabela 1 - Potencial municipal em demandar a contratação de discentes e egressos do curso de CST em Gestão Comercial para o terceiro setor

Grupo de classificação	Araraquara
Saúde	8
Cultura e recreação	70
Educação e pesquisa	61





Assistência social	49
Religião	111
Instituições políticas e sindicais	81
Meio ambiente e proteção animal	2
Desenvolvimento e defesa de direitos	34
Outras instituições	194
Total	610

Fonte: Elaboração Própria com dados extraídos do IBGE Cidades (2022)

Os dados apresentados justificam a implantação do CST em Gestão Comercial na Fatec de Araraquara. Indústria, comércio e serviços demandam a formação de gestores capazes de aproveitar as oportunidades disponíveis na região. Por outro lado, Araraquara estimula o empreendedorismo por leis específicas que dão suporte ao desenvolvimento econômico do município e visam também dar suporte ao fortalecimento do empreendedorismo. Entre essas leis, incluem-se:

- Lei Ordinária nº 9218 14/03/2018: **Assunto:** Dispõe sobre a doação de bens imóveis no âmbito do Programa de Incentivo ao Desenvolvimento Econômico e Social do Município de Araraquara, instituído pela Lei nº 5.119, de 14 de dezembro de 1998, e dá outras providências.
- Lei Ordinária nº 8893 16/03/2017: **Assunto:** Cria o Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico e Social (CMDES), órgão de assessoramento imediato ao Prefeito, e dá outras providências.
- Lei municipal Nº 7.326 17/09/2010: Assunto: Regulamenta no Município de Araraquara o tratamento diferenciado e favorecido aos Microempreendedores Individuais, às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte de que trata a Lei Complementar Federal nº 123, de 14 de dezembro de 2.006, e dá outras providências.
- Lei nº 4.650 16/04/1996: Assunto: Cria a incubadora de empresas de Araraquara, visando ao fortalecimento do empreendedorismo local.

3.4 Objetivo do Curso

O CST em Gestão Comercial visa preparar pessoas que possam contribuir para o desenvolvimento dos setores da macro e microeconomias, considerando as tendências dos setores produtivos e atendendo à crescente necessidade de profissionais que sejam capazes de suprir as demandas das instituições e de enfrentar os desafios da modernidade.

A área comercial busca conquistar oportunidades de crescimento e novas atividades, que possam ser exploradas para proporcionar o desenvolvimento contínuo dos negócios. Consequentemente, busca desenvolver o relacionamento socioeconômico entre instituições e pessoas e, também, fortalecer a competitividade por meio de planejamento e execução de ações compatíveis com as demandas mercadológicas, atentando às questões socioambientais.

Portanto, o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial propõe-se a desenvolver a visão empreendedora, a compreender os processos organizacionais, a gerar novos conhecimentos, a estabelecer estratégias de gestão, a gerenciar fluxos de recursos e informações, a desenvolver e a dominar processos





decisórios com a utilização de novas tecnologias, a inovar, a solucionar conflitos e a enfrentar resistências a mudanças necessárias.

Além disso, o curso pretende desenvolver nos profissionais as competências técnicas, humanas e socioemocionais para atuação no planejamento, avaliação e gestão de pessoas e de processos referentes a negócios e serviços presentes em organizações.

3.5 Requisitos e Formas de Acesso

O ingresso do aluno se dá pela classificação em processo seletivo vestibular, realizado em uma única fase, com provas dos componentes do núcleo comum do Ensino Médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e redação.

Outra forma de acesso é o preenchimento de vagas remanescentes. O ingresso se dá por processo seletivo classificatório por meio de edital (com número de vagas), seguido pela análise da compatibilidade curricular. Podem participar portadores de diploma de Ensino Superior e os discentes de qualquer Instituição de Ensino Superior (transferência de curso).

3.6 Prazos mínimo e máximo para integralização

Para fins de integralização curricular, de acordo com o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação, publicado na Deliberação de nº 12 (CEETEPS, 2009), todos os cursos semestrais oferecidos pelas Fatecs terão um prazo mínimo de seis semestres e um prazo máximo igual a 1,5 vezes (uma vez e meia) mais um semestre do em relação ao prazo mínimo sugerido para a sua integralização.

3.7 Aproveitamento de Estudos, de Conhecimentos e de Experiências Anteriores

Poderá ser promovido o aproveitamento de estudos, de conhecimentos e de experiências anteriores, inclusive no trabalho, desde que diretamente relacionados com o perfil profissional de conclusão da respectiva qualificação profissional ou habilitação profissional técnica e tecnológica, de acordo com a legislação vigente.

O aproveitamento de competências segue o previsto na LDB de nº 9394 (BRASIL, 1996), que estabelece que o conhecimento adquirido na EPT, inclusive no trabalho, poderá ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos. A Resolução CNE/CP de nº 1 (BRASIL, 2021) e os art. 9 e art. 11 da Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), facultam ao aluno o reconhecimento de competências profissionais anteriormente desenvolvidas, para fins de prosseguimento ou de conclusão dos estudos.

O aproveitamento de estudos, decorrente da equivalência entre disciplinas cursadas em Instituição de Ensino Superior credenciada na forma da lei, e os exames de proficiência seguem o previsto no Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Fatecs.

3.8 Exames de proficiência

A pedido da Coordenadoria de Curso, a Unidade de Ensino poderá aplicar Exame de Proficiência destinado a verificar se o aluno já possui os conhecimentos que permitem dispensá-lo de cursar disciplinas obrigatórias ou optativas do currículo de seu curso de graduação, de acordo com o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Fatecs.

3.9 Certificados e diplomas a serem emitidos

Ao concluir o curso, o aluno terá direito ao diploma de Tecnólogo em Gestão Comercial.





4. Perfil Profissional do Egresso

O Tecnólogo em Gestão Comercial está focado nas transações comerciais e tem como perfil profissional a articular-se na organização atendendo as diversas formas de intervenção (varejo, atacado, representação etc.) de qualquer setor. Como conhecedor das condições de viabilidade econômico-financeiro-tributária, dos instrumentos de relacionamento com o cliente e dos princípios da qualidade, atua no planejamento, operação, implantação e atualização de sistemas de informações comerciais que proporcionem maior rentabilidade e flexibilidade ao processo de comercialização. Atua no fluxo de informações com os clientes, proporcionando maior visibilidade institucional da empresa, definindo estratégias de venda de serviços e produtos, gerenciando a relação custo e preço final.

Como campo de atuação o tecnólogo em Gestão Comercial: empresas de beneficiamento de bens de consumo e industriais; empresas de comercialização de insumos; empresas de planejamento, desenvolvimento de projetos, assessoramento técnico e consultoria; empresas prestadoras de serviços de consumo final; empresas varejistas, atacadistas e de representação comercial; institutos e Centros de Pesquisa. Instituições de Ensino, mediante formação requerida pela legislação vigente.

4.1 Competências profissionais

No CST em Gestão Comercial serão desenvolvidas as seguintes competências profissionais:

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos.
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária.
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado
- ▶ Planejar pesquisas de mercado.
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes.
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais.
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

4.2 Competências socioemocionais

Nos Cursos Superiores de Tecnologia, preconiza-se o desenvolvimento das seguintes competências socioemocionais, que podem ser desenvolvidas transversalmente em todos os componentes, em todos os semestres:

- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras;
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional;
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas;
- ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações;
- ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe;
- ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos;
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes;





- ▶ Comunicar-se, tanto na língua materna como em língua estrangeira.

4.3 Mapeamento de Competências por Componente

É importante considerar que para desenvolver o perfil do Tecnólogo formado pelas Fatecs além das competências profissionais, esse profissional deve destacar-se por abranger temas relacionados à sustentabilidade e ao atendimento a demandas sociais, históricas, culturais, interculturais, bem como conscientização e ações de preservação e educação ambiental, de respeito a relações étnico-raciais e de inclusão. Com isso, as competências socioemocionais são muito representativas no rol de competências requeridas para o profissional e ser humano do século XXI - são fundamentais para as novas realidades da empregabilidade, para a formação ao longo da vida e para a adaptação às transformações aceleradas, que são vividas na organização do trabalho.

Os componentes curriculares do CST em Gestão Comercial abordam as seguintes competências e temáticas:

Competência profissional ou socioemocional	Componente(s)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Fundamentos de Marketing de Serviços ▶ Gestão de Marketing ▶ Gestão Estratégica ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI ▶ Publicidade e Marketing Digital ▶ Cadeia de Suprimentos ▶ Técnicas de Negociação
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Contabilidade e Custos ▶ Economia ▶ Direito Empresarial ▶ Análise de Investimentos ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Gestão de Custos e Formação do Preço de Venda ▶ Estatística Aplicada à Gestão ▶ Gestão Estratégica ▶ Gestão Financeira e Orçamentária ▶ Matemática Financeira ▶ Fundamentos de Matemática Elementar ▶ Plano de Negócios ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Administração Geral ▶ Comunicação e Expressão ▶ Cadeia de Suprimentos ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Espanhol I, II, III ▶ Gestão de Marketing ▶ Gestão de Processos ▶ Gestão Estratégica ▶ Estatística Aplicada à Gestão ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Inglês I, II, III, IV, V, VI ▶ Plano de Negócios ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI





Competência profissional ou socioemocional	Componente(s)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Planejar pesquisas de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Comportamento do Consumidor ▶ Estatística Aplicada à Gestão ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Gestão de Marketing ▶ Gestão Estratégica ▶ Plano de Negócios
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cadeia de Suprimentos ▶ Comportamento do Consumidor ▶ Comunicação e Expressão ▶ Comunicação Interna e Endomarketing ▶ Espanhol I, II, III ▶ Fundamentos da Comunicação Empresarial ▶ Fundamentos de Marketing de Serviços ▶ Gestão da Qualidade em Serviços ▶ Gestão de Processos ▶ Direito Empresarial ▶ Inglês I, II, III, IV, V, VI ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI ▶ Promoção e Merchandising ▶ Técnicas de Negociação
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cadeia de Suprimentos ▶ Contabilidade e Custos ▶ Direito Empresarial ▶ Economia ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Fundamentos de Marketing de Serviços ▶ Gestão de Marketing ▶ Gestão Financeira e Orçamentária ▶ Matemática Financeira ▶ Fundamentos de Matemática Elementar ▶ Estatística Aplicada à Gestão ▶ Gestão de Custos e Formação do Preço de Venda ▶ Análise de Investimentos ▶ Plano de Negócios ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Administração Geral ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Gestão de Processos ▶ Gestão Estratégica ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI ▶ Sistemas da Informação Comercial ▶ Gestão de Marketing ▶ Promoção e Merchandising ▶ Publicidade e Marketing Digital ▶ Fundamentos do Marketing de Serviços ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Gestão da Qualidade em Serviços ▶ Informática ▶ Sistemas de Informação





Competência profissional ou socioemocional	Componente(s)
<ul style="list-style-type: none">▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.	<ul style="list-style-type: none">▶ Comunicação e Expressão▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais▶ Economia▶ Espanhol I, II, III▶ Estatística Aplicada à Gestão▶ Fundamentos da Comunicação Empresarial▶ Gestão da Qualidade em Serviços▶ Gestão de Marketing▶ Gestão de Pessoas▶ Gestão de Processos▶ Gestão Estratégica▶ Gestão Financeira e Orçamentária▶ Contabilidade e Custos▶ Promoção e Merchandising▶ Análise de Investimentos▶ Gestão de Custos e Formação do Preço de Venda▶ Inglês I, II, III, IV, V, VI▶ Métodos para Produção do Conhecimento▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI▶ Publicidade e Marketing Digital
<ul style="list-style-type: none">▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras.	<ul style="list-style-type: none">▶ Informática▶ Método para a Produção do Conhecimento▶ Cadeia de Suprimentos▶ Gestão de Pessoas▶ Gestão de Marketing▶ Gestão de Processos▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais▶ Técnicas de Negociação▶ Promoção e Merchandising▶ Responsabilidade Socioambiental▶ Gestão Estratégica▶ Publicidade e Marketing Digital▶ Comportamento do Consumidor▶ Empreendedorismo e Inovação▶ Plano de Negócios▶ Gestão da Qualidade em Serviços▶ Fundamentos de Marketing de Serviços▶ Fundamentos da Gestão de Projetos▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI▶





Competência profissional ou socioemocional	Componente(s)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Informática ▶ Gestão de Processos ▶ Cadeia de Suprimentos ▶ Administração Geral ▶ Métodos para a Produção do Conhecimento ▶ Economia ▶ Fundamentos da Comunicação Empresarial ▶ Gestão de Pessoas ▶ Gestão de Marketing ▶ Técnicas de Negociação ▶ Comunicação Interna e Endomarketing ▶ Promoção e Merchandising ▶ Responsabilidade Socioambiental ▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais ▶ Gestão Estratégica ▶ Publicidade e Marketing Digital ▶ Comportamento do Consumidor ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Plano de Negócios ▶ Gestão da Qualidade em Serviços ▶ Fundamentos de Marketing de Serviços ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Matemática Financeira ▶ Estatística Aplicada a Gestão ▶ Métodos para a Produção do Conhecimento ▶ Fundamentos da Comunicação Empresarial ▶ Gestão de Processos ▶ Cadeia de Suprimentos ▶ Gestão Financeira e Orçamentária ▶ Gestão de Pessoas ▶ Gestão de Marketing ▶ Responsabilidade Socioambiental ▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais ▶ Gestão Estratégica ▶ Publicidade e Marketing Digital ▶ Comportamento do Consumidor ▶ Análise de Investimentos ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Plano de Negócios ▶ Fundamentos de Marketing de Serviços ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI





Competência profissional ou socioemocional	Componente(s)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Empreender ações inovadoras, analisando criticamente a organização, antecipando e promovendo transformações. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gestão de Processos ▶ Cadeia de Suprimentos ▶ Economia ▶ Gestão de Pessoas ▶ Gestão de Marketing ▶ Promoção e Merchandising ▶ Responsabilidade Socioambiental ▶ Gestão Estratégica ▶ Publicidade e Marketing Digital ▶ Comportamento do Consumidor ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Plano de Negócios ▶ Gestão da Qualidade em Serviços ▶ Fundamentos de Marketing de Serviços ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Administrar conflitos, quando necessário, estabelecer relações e propor um ambiente colaborativo, incentivando o trabalho em equipe. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fundamentos da Comunicação Empresarial ▶ Gestão de Pessoas ▶ Técnicas de Negociação ▶ Comunicação Interna e Endomarketing ▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais ▶ Gestão Estratégica ▶ Plano de Negócios ▶ Fundamentos do Marketing de Serviços ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Atuar de forma autônoma na realização de atividades profissionais e na execução de projetos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fundamentos da Comunicação Empresarial ▶ Gestão de Pessoas ▶ Gestão de Processos ▶ Comunicação Interna e Endomarketing ▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais ▶ Gestão Estratégica ▶ Plano de Negócios ▶ Gestão da Qualidade em Serviços ▶ Fundamentos do Marketing de Serviços ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Métodos para a Produção do Conhecimento ▶ Direito Empresarial ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Gestão de Custo e Formação do Preço de Venda ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI





Competência profissional ou socioemocional	Componente(s)
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Estatística Aplicada a Gestão ▶ Gestão Financeira e Orçamentária ▶ Contabilidade e Custos ▶ Sistemas de Informação ▶ Sistemas da Informação Comercial ▶ Gestão de Pessoas ▶ Cadeia de Suprimentos ▶ Promoção e Merchandising ▶ Responsabilidade Socioambiental ▶ Gestão Estratégica ▶ Análise de Investimentos ▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais ▶ Direito Empresarial ▶ Gestão da Qualidade em Serviços ▶ Fundamentos da Gestão de Projetos ▶ Empreendedorismo e Inovação ▶ Plano de Negócios ▶ Gestão de Custo e Formação do Preço de Venda ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Comunicar-se, tanto na língua materna como em língua estrangeira. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Comunicação e Expressão ▶ Métodos para a Produção do Conhecimento ▶ Gestão de Pessoas ▶ Gestão de Processos ▶ Comunicação Interna e Endomarketing ▶ Fundamentos da Comunicação Empresarial ▶ Técnicas de Negociação ▶ Promoção e Merchandising ▶ Desenvolvimento de Competências Socioemocionais ▶ Publicidade e Marketing Digital ▶ Comportamento do Consumidor ▶ Direito Empresarial ▶ Plano de Negócios ▶ Espanhol I, II, III, IV, V, VI ▶ Inglês I, II, III, IV, V, VI ▶ Projeto Integrador I, II, III, IV, V, VI

4.4 Temáticas Transversais

Em consonância com a Lei de nº 9795 (BRASIL, 1999) e com o Decreto de nº 4281 (BRASIL, 2002), que tratam da necessidade de discussão, pelos cursos de graduação, de Políticas de Educação Ambiental, e com a Resolução CNE/CP de nº 1 (BRASIL, 2004), que trata da necessidade da inclusão e discussão da educação das relações étnico-raciais, história e cultura afro-brasileira e africana, bem como a gestão da diversidade e políticas de inclusão e outras temáticas que promovam a reflexão do profissional. Tais temáticas podem ser trabalhadas em forma de eventos e palestras. Evidencia-se, assim, a intenção de trazer ao egresso um olhar holístico sobre a comunidade escolar e a sociedade na qual ela está inserida.

4.5 Língua Brasileira de Sinais - Libras

Em consonância com a Lei nº 10436 (BRASIL, 2002), regulamentada pelo Decreto nº 5626 (BRASIL, 2005), que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais e versa sobre a necessidade de inclusão de Libras no currículo, há a oferta de Libras, de forma optativa, para os discentes dos Cursos Superiores de Tecnologia do Ceeteps.





5. Organização Curricular

5.1 Pressupostos da organização curricular

A composição curricular do curso está regulamentada de acordo com a Resolução CNE/CP de nº 01 (BRASIL, 2021), que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica, e com a Deliberação de nº 70 (CEETEPS, 2021), que estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das Fatecs.

O CST em Gestão Comercial, classificado no Eixo Tecnológico em Gestão e Negócios no CNCST, propõe uma carga horária total de 2.400 horas, destinada aos componentes curriculares (2880 aulas de 50 minutos), acrescida de 240 horas de estágio curricular supervisionado e 160 horas de trabalho de graduação, perfazendo um total de 2800 horas, contemplando, assim, o disposto na legislação e às diretrizes internas do Centro Paula Souza.





5.2 Matriz curricular do CST em Gestão Comercial – Fatec Araraquara - R-10

1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	5º semestre	6º semestre
Projeto Integrador I (80 aulas) - R	Projeto Integrador II (80 aulas) - R	Projeto Integrador III (80 aulas) - R	Projeto Integrador IV (80 aulas) - R	Projeto Integrador V (80 aulas) - R	Projeto Integrador VI (80 aulas) - R
Desenvolvimento de Competências Socioemocionais (40 aulas)	Contabilidade e Custos (80 aulas)	Gestão Financeira e Orçamentária (80 aulas)	Gestão de Pessoas (80 aulas)	Gestão de Marketing (80 aulas)	Gestão Estratégica (80 aulas)
Responsabilidade Socioambiental (40 aulas)					
Fundamentos de Informática (40 aulas)	Empreendedorismo e Inovação (80 aulas)	Sistemas de Informação (80 aulas)	Cadeia de Suprimentos (80 aulas)	Publicidade e Marketing Digital (80 aulas)	Plano de Negócios (80 aulas)
Administração Geral (80 aulas)					
Fundamentos de Matemática Elementar (40 aulas)	Gestão de Processos (80 aulas)	Sociedade e Cultura (40 aulas)	Técnicas de Negociação (40 aulas)	Promoção e Merchandising (40 aulas)	Gestão da Qualidade em Serviços (80 aulas)
Comunicação e Expressão (80 aulas)		Matemática Financeira (80 aulas)	Economia (80 aulas)	Comunicação Interna e Endomarketing (40 aulas)	
	Espanhol I (40 aulas)		Espanhol II (40 aulas)	Espanhol III (40 aulas)	Métodos para a Produção do Conhecimento (40 aulas)
Inglês I (40 aulas)	Inglês II (40 aulas)	Inglês III (40 aulas)	Inglês IV (40 aulas)	Inglês V (40 aulas)	Inglês VI (40 aulas)

R = On line síncrono

Atividades Externas à Matriz

Estágio

(240 Horas)

Trabalho de Graduação (TG)

(160 Horas)

aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 80 horas TG: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/20h semestrais: 480a/400h Estágio: 80 horas TG: 80 horas

DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO

Básicas	Aulas	%	Profissionais	Aulas	%	Linguas e Multidisciplinares	Aulas	%
Matemática e Estatística	160	5,6	Projetos (Integrador, Acadêmico, etc)	480	16,7	Comunicação em Língua Portuguesa	120	4,2
Metodologias de Pesquisa	40	1,4	Tecnológicas Específicas para o Curso	1280	44,4	Comunicação em Língua Estrangeira	360	12,5
Administração e Economia	160	5,6				Multidisciplinar	280	9,7
TOTAL	360	12,5	TOTAL	1760	61,1	TOTAL	760	26,4
2400 Horas			2880 Aulas			100,0 %		

RESUMO DE CARGA HORÁRIA:

2880 aulas à 2400 horas (atende CNCST, conforme del 86 de 2009, do CEE-SP e diretrizes internas do CPS)

+ 160 horas de Trabalho de Graduação + 240 horas de Estágio = 2.800 horas





5.3 Tabela de componentes e distribuição da carga horária

Os componentes que se iniciam com * são eletivas (exemplo: * Informática)

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
1º	1	PGC-007	Projeto Integrador I	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	ADM-026	Administração Geral	Presencial	80	-	-	-	80
	3	LPO-026	Comunicação e Expressão	Presencial	80	-	-	-	80
	4	HSO-024	Desenvolvimento de Competências Sociais	Presencial	40	-	-	-	40
	5	MAE-004	Fundamentos de Matemática Elementar	Presencial	40	-	-	-	40
	6	HSO-023	Responsabilidade Socioambiental	Presencial	40	-	-	-	40
	7	INF-050	Fundamentos de Informática	Presencial	-	40	-	-	40
	8	ING-231	Inglês I	Presencial	40	-	-	-	40
	9	ESP-091	Espanhol I	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					380	40	60	-	480

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
2º	1	PGC-008	Projeto Integrador II	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	CON-020	Contabilidade e Custos	Presencial	80	-	-	-	80
	3	CEE-051	Empreendedorismo e Inovação	Presencial	80	-	-	-	80
	4	GPJ-014	Gestão de Processos	Presencial	80	-	-	-	80
	5	ESP-092	Espanhol II	Presencial	40	-	-	-	40
	6	ING-232	Inglês II	Presencial	40	-	-	-	40
	7	MMF-011	Matemática Financeira	Presencial	80	-	-	-	80
Total de aulas do semestre					420	-	60	-	480

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
3º	1	AGF-038	Gestão Financeira e Orçamentárias	Presencial	80	0	0	0	80
	2	ECN-031	Economia	Presencial	80	0	0	0	80
	3	ISI-028	Sistemas de Informação	Presencial	0	80	0	0	80
	4	PGC-009	Projeto Integrador III	Semipresencial	20	0	60	0	80
	5	TCE-005	Fundamentos de Comunicação Empresarial	Presencial	40	0	0	0	40
	6	ING-233	Inglês III	Presencial	40	0	0	0	40
	7	ESP-093	Espanhol III	Presencial	40	0	0	0	40
	8	HSC-015	Sociedade e Cultura	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					340	80	60	0	480

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
4º	1	PGC-010	Projeto Integrador IV	Presencial	20	-	60	-	80
	2	AGR-032	Gestão de Pessoas	Presencial	80	-	-	-	80
	3	AGS-026	Cadeia de Suprimentos	Presencial	80	-	-	-	80
	4	PEM-011	Técnicas de Negociação	Presencial	40	-	-	-	40
	5	PEM-012	Comunicação Interna e Endomarketing	Presencial	40	-	-	-	40
	6	EST-056	Estatística Aplicada a Gestão	Presencial	40	-	-	-	40
	7	MPC-021	Métodos para a Produção do Conhecimento	Presencial	40	-	-	-	40
	8	HSC-016	Tecnologia e Cultura	Presencial	40	-	-	-	40
	9	ING-234	Inglês IV	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					420	-	60	-	480





Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
5º	1	PGC-011	Projeto Integrador V	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	MKS-003	Gestão de Marketing	Presencial	80	-	-	-	80
	3	MKS-005	Publicidade e Marketing Digital	Presencial	40	40	-	-	80
	4	MKS-004	Promoção e Merchandising	Presencial	40	-	-	-	40
	5	RPC-004	Comportamento do Consumidor	Presencial	40	-	-	-	40
	6	GPJ-015	Fundamentos da Gestão de Projetos	Presencial	40	-	-	-	40
	7	DDE-016	Direito Empresarial	Presencial	80	-	-	-	80
	8	ING-235	Inglês V	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					380	40	60	-	480

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
6º	1	PGC-012	Projeto Integrador VI	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	AGE-030	Gestão Estratégica	Presencial	80	-	-	-	80
	3	ADM-027	Plano de Negócios	Presencial	40	40	-	-	80
	4	AGQ-034	Gestão da Qualidade em Serviços	Presencial	80	-	-	-	80
	5	MKS-006	Fundamentos de Marketing de Serviços	Presencial	40	-	-	-	40
	6	AGF-040	Gestão de Vendas	Presencial	80	-	-	-	80
	7	ING-236	Inglês VI	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					380	40	60	-	480

Total de aulas do curso					2320	200	360	-	2880
--------------------------------	--	--	--	--	-------------	------------	------------	----------	-------------

5.4 Distribuição da carga horária dos componentes complementares

No CST em Gestão Comercial há previsão de componentes complementares.

Sigla	Aplicável ao CST	Componente Complementar	Total de horas	Obrigatoriedade
TGC-004/ TGC-005	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabalho de Graduação	160 horas	Obrigatório a partir do 5º Semestre
EGC-003	<input checked="" type="checkbox"/>	Estágio Curricular Supervisionado	240 horas	Obrigatório a partir do 4º Semestre



6. Ementário

6.1 Primeiro Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
1º	1	PGC-007	Projeto Integrador I	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	ADM-026	Administração Geral	Presencial	80	-	-	-	80
	3	LPO-026	Comunicação e Expressão	Presencial	80	-	-	-	80
	4	HSO-024	Desenvolvimento de Competências Sociais	Presencial	40	-	-	-	40
	5	MAE-004	Fundamentos de Matemática Elementar	Presencial	40	-	-	-	40
	6	HSO-023	Responsabilidade Socioambiental	Presencial	40	-	-	-	40
	7	INF-050	Fundamentos de Informática	Presencial	-	40	-	-	40
	8	ING-231	Inglês I	Presencial	40	-	-	-	40
	9	ESP-091	Espanhol I	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					380	40	60	-	480

6.1.1 – PGC-007 – Projeto Integrador I – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos.
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária.
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais.
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização.
- ▶ Demonstrar capacidade de resolver problemas complexos e propor soluções criativas e inovadoras;
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

Objetivos de Aprendizagem

O projeto a ser desenvolvido pelos alunos tem duas faces: a primeira, de natureza teórica, visa resgatar e integrar os conteúdos estudados nas demais disciplinas oferecidas no primeiro semestre do curso; já a segunda, de natureza prática, visa à elaboração de um projeto que demande os conhecimentos estudados em cada disciplina. O desenvolvimento desse projeto em grupos deve estimular a capacidade de trabalho em equipe e a autonomia dos alunos na organização e autogerenciamento da equipe. Assim, o PI torna-se o espaço para o desenvolvimento da criatividade e da proatividade, competências essenciais para o futuro gestor comercial.

Ementa



[Caracterização, concepção e desenvolvimento de um projeto; Descrição da organização (setor atividade, forma jurídica); Diferencial da organização em produtos/ serviços; Identificação e descrição das diretrizes para responsabilidade social na organização (Ética, valores e transparência; Valorização empregados e colaboradores; Meio ambiente; Parceiros e Fornecedores (envolvimento); Clientes e consumidores (proteção); Comunidade; Comprometimento com o bem comum).]

▶ **Metodologias Propostas**

[A metodologia será por meio de aprendizagem baseada em projetos. Por ser tratar do primeiro semestre, em que muitos alunos não têm familiaridade com o método, caberá ao professor desenvolver o esqueleto do projeto, bem como o acompanhamento das tarefas designadas aos grupos.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[A forma de avaliação do projeto integrador também contempla todas as disciplinas envolvidas no semestre. A avaliação do professor de PI se dará por meio do cumprimento do cronograma de entregas pré-estabelecido no início do semestre pelo professor de PI.XXX (citar os instrumentos de avaliação. Exemplos: seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa etc.)]

▶ **Bibliografia Básica**

- BRANCO, R.H.F; KEELING, R. **Gestão de Projetos** – uma abordagem global. São Paulo: Saraiva Uni, 2018.]
- LEITE, D.E.S; JUNIOR, R.V.; BRANCO, R.H.F. **Gestão Colaborativa de Projetos: a combinação de Design Thinking e ferramentas práticas para gerenciar seus projetos.** São Paulo: Saraiva Uni, 2016.]
- MAXIMIANO, A. C. A. **Administração de Projetos.** São Paulo: Atlas, 2010.]

▶ **Bibliografia Complementar**

- [BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática.** São Paulo: Saraiva, 2016.
- DIAS, R. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade.** São Paulo: Atlas, 2017.]

6.1.2 – ADM-026 – Administração Geral– Oferta Presencial – 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais.
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional.
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.]

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

[Conhecer e compreender as origens e evolução da administração. Aprender e discernir as estruturas organizacionais as funções, hierarquias, seus sistemas, processos, recursos, métodos de gestão, aspectos técnicos, humanos e sociais que interagem entre si.]





▶ **Ementa**

[Conceituação histórica das principais teorias da administração, bem como suas principais funcionalidades e particularidades no ambiente empresarial: Abordagem Clássica da Administração (Teoria Científica, Teoria Clássica); Abordagem Humanística, bem como o ambiente organizacional pessoas, cultura, mudanças, processo decisório; O papel do gestor no processo Decisório; Abordagem Neoclássica (Departamentalização); Administração Sistêmica, sistemas sociais, políticos e econômicos; Abordagem Contingencial (Teoria da Contingência); Tendências em administração.]

▶ **Metodologias Propostas**

[Aula expositiva-dialogada, metodologias ativas (Aprendizagem Baseada em Problemas, Sala de Aula Invertida, Gamificação, Hands On ou Mão na Massa, Aprendizagem baseada em projetos), exercícios aplicativos, mapas conceituais, portfólio, estudo de texto, tempestade cerebral, soluções de problemas, pesquisa de campo, estudo de caso, seminário, fórum, oficinas, estudos com pesquisa, estudos dirigidos, visitas orientadas, palestras, seminários e outras metodologias apresentadas pelo docente e aprovadas pela coordenação.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[Prova para avaliação de conhecimento, trabalho em grupo, debate e participação nas aulas, autoavaliação seminário, trabalhos e relatórios individuais.]

▶ **Bibliografia Básica**

- SOBRAL, F.; PECI, A. **Administração: Teoria e Prática no Contexto Brasileiro**. São Paulo: Pearson, 2013.]
- MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas, 2004.]
- CHIAVENATO, I. **Introdução à teoria geral da administração: Uma visão abrangente da moderna administração das organizações**. 10^o edição. São Paulo: Atlas, 2020.)

▶ **Bibliografia Complementar**

- [CHIAVENATO, I. **Iniciação à administração geral**. 3. ed. Barueri: Manole, 2009.]
- LACOMBE, F. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Saraiva, 2009.]

6.1.3 – LPO-026 – Comunicação e Expressão – Oferta Presencial – 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação;
- ▶ Redigir textos profissionais especializados.
- ▶ Desenvolver e aplicar raciocínio linguístico; compreender o conceito de variante linguística e a utilização da Variante Padrão (VP) e aplicação de regras nas situações que a exigem; compreender e aplicar o conceito de adequação linguística nos diferentes contextos cotidianos, orais e escritos; reconhecer diferentes gêneros e tipos textuais e suas características; aprimorar fluência, compreensão e produção de textos orais e escritos; produzir textos do gênero acadêmico, técnico e profissional.]

▶ **Objetivos de Aprendizagem**





Compreender a função da comunicação e da informação no contexto social e na área de formação do curso; desenvolver a capacidade de falar em público e organizar ideias de modo claro, preciso e criativo; demonstrar consciência linguística; diferenciar conceitos de variantes linguísticas; relacionar domínio de variante padrão aos conceitos de correção linguística e hipercorreção; identificar características específicas e gerais dos gêneros e tipologias textuais; ampliar competência de leitura e compreensão de textos, de expressão oral e escrita; compreender e aplicar tópicos relevantes de sintaxe, morfologia, ortografia e acentuação, de forma contextualizada; interpretar e produzir, com correção linguística, textos de diversos gêneros e tipos sobre temáticas atuais e multidisciplinares, inclusive em meios digitais; entender os processos de comunicação intertextual, hipertextual, multimodal e de multiletramento, com criticidade, estabelecendo associações e correlações de conhecimentos e experiências; analisar e produzir textos acadêmicos e técnicos mais utilizados na área de formação: artigo científico, resenha, resumo, relatório, portfólios, infográficos, mapas conceituais, entre outros.

▶ **Ementa**

Informação e comunicação: conceitos e aplicações; tipologias e gêneros textuais: definições, contextos, finalidades, textualização, intertextualização, hipertextualização, multimodalismo e multiletramento; compreensão e interpretação de textos e repertório de conhecimentos do leitor no processo de construção de sentidos para o texto; diferentes contextos de uso da língua e diversos gêneros textuais, inclusive digitais; língua e variações linguísticas, variantes padrão, de prestígio e sem prestígio, correção linguística e hipercorreção; variações linguísticas no contexto profissional: linguagem formal (utilização das marcas de estilo) e informal: níveis de linguagem aplicados a situações; gramática contextualizada a partir de textos e da língua em uso; estratégias de leitura, análise e produção de textos diversos, orais e escritos.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivo-dialogadas; indicação de leituras prévias (sala de aula invertida); leitura compartilhada; debates sobre leituras; produção textual colaborativa.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação da compreensão das leituras prévias por meio da participação em debates e atividades em grupo; atividades de autocorreção dos textos produzidos, avaliação das competências socioemocionais, tais como: trabalho em equipe, comunicação, criatividade, entre outras.

▶ **Bibliografia Básica**

- BRASILEIRO, A. M. M. **Como produzir textos acadêmicos e científicos**. São Paulo: Contexto, 2021. ISBN 9786555410051.
- VIEIRA, F. E.; FARACO, C. A. **Escrever na universidade: fundamentos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2019. v. 1. ISBN 9788579341571.
- _____. **Escrever na universidade: texto e discurso**. 1. ed. São Paulo: Parábola editorial, 2019. v. 2. ISBN 9788579341700

▶ **Bibliografia Complementar**





NEVES, M. H. M. A **Gramática do português revelada em textos**. 1. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2018. ISBN 9788539303960.

RIBEIRO, A. E. **Multimodalidade, textos e tecnologias: provocações para a sala de aula**. 1 ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2021. ISBN 9786588519158.]

6.1.4 – HSO-024 – Desenvolvimento de Competências Sociais – Oferta Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.]

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Fornecer aos alunos as bases do comportamento humano, visando à aquisição de competências socioemocionais, necessárias ao autoconhecimento e gerenciamento social e emocional.]

▶ **Ementa**

Personalidade e emoções. Percepção. Motivação. Inteligência Emocional e Inteligências Múltiplas. Processo de comunicação e relação inter e intrapessoal. Gestão Emocional.]

▶ **Metodologias Propostas**

Sala de Aula Invertida, Rotação por Estações, ABP, Aulas expositivas, estudos de casos, debates.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, relatórios, outros instrumentos de avaliação adotados pelo docente.]

▶ **Bibliografia Básica**

- ANTUNES, L. (compilador). **Soft skills: competências essenciais para os novos tempos**. São Paulo: Literare Books International, 2020.]
- DWECK, C. **Mindset: A nova psicologia do sucesso**. Objetiva, 2017.]
- FIORELLI, J. O. **Psicologia para administradores: integrando teoria e prática**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2018.
-]

▶ **Bibliografia Complementar**

- DEL PRETTE, A.; DEL PRETTE, Z. A. P. **Competência Social e Habilidades Sociais: manual teórico-prático**. Petrópolis: Editora Vozes, 2018.
- SCHULTZ, D. P., SCHULTZ, S. E. **Teorias da personalidade**. Cengage Learning; 2021.]





6.1.5 – MAE-004 – Fundamentos de Matemática Elementar – Oferta Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender e aplicar os conceitos fundamentais da matemática, utilizando as técnicas dos conjuntos, funções e sistemas lineares.

Ementa

Teoria dos Conjuntos: conceitos, subconjuntos, pertinência, inclusão, união, intersecção, diferença, complementar, conjunto vazio e conjunto das partes. Função Polinomial do 1º grau e do 2º grau. Função exponencial, logarítmica e modular. Sistemas Lineares: equação linear e sistema linear.

Metodologias Propostas

Sala de Aula Invertida, Rotação por Estações, ABP, Aulas expositivas, estudos de casos, debates.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, relatórios, outros instrumentos de avaliação adotados pelo docente.

Bibliografia Básica

- WAITS, B K; FOLEY, G D; DEMANA, F. Pré-Cálculo. Addison Wesley Brasil, 2008.
- BOULOS, P. **Pré-Cálculo**. 1 ed. São Paulo; Makron Books, 2006.
- IEZZI, G.; et al. **Matemática** - volume único. 5 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Bibliografia Complementar

- MEDEIROS, S. S., **Matemática: Economia, Administração e Ciências Contábeis**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999, v.1.
- MEDEIROS, S. S., **Matemática: Economia, Administração e Ciências Contábeis**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997, v.2.

6.1.6 – HSO-023 – Responsabilidade Socioambiental – Oferta Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização;
- ▶ Assessorar a empresa na aplicação de práticas socioambiental

Objetivos de Aprendizagem





Promover a compreensão sobre as dinâmicas organizacionais e as relações com a responsabilidade social e ambiental, sob a ótica Environmental, Social and Governance (Ambiental, Social e Governança).XXX

▶ **Ementa**

Conceitos básicos de políticas públicas, regulamentações e práticas de gestão da Responsabilidade Socioambiental. Definição de estratégias para sustentabilidade corporativa. Identificação e descrição das diretrizes na organização. Ética, valores e transparência. Valorização empregados e colaboradores. Meio ambiente. Parceiros e Fornecedores (envolvimento). Clientes e consumidores (proteção). Comunidade. Comprometimento com o bem comum. Ferramentas para auditar e comunicar as ações desenvolvidas. O ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial, as melhores ações sociais e sustentáveis e a participação na Bolsa de Valores (BM&FBovespa).

▶ **Metodologias Propostas**

Sala de Aula Invertida, Rotação por Estações, ABP, Aulas expositivas, estudos de casos, debates.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, relatórios, outros instrumentos de avaliação adotados pelo docente.)

▶ **Bibliografia Básica**

- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática.** São Paulo: Saraiva, 2016.
- DIAS, R. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade.** São Paulo: Atlas, 2017.
- TACHIZAWA, T. **Gestão e Responsabilidade Social e Corporativa.** São Paulo: Atlas, 2019.

▶ **Bibliografia Complementar**

- STADLER, A. **Empreendedorismo e Responsabilidade Social.** Rio de Janeiro: Intersaberes, 2014.
- SANTOS, F. A. **Ética Empresarial: políticas de responsabilidade social em 5 dimensões.** São Paulo: Atlas, 2014.

6.1.7 – INF-050 – Fundamentos de Informática – Oferta Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Gerenciar sistemas de informação;

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar e utilizar os recursos básicos ou avançados em ferramentas adequadas para executar tarefas administrativas e compreender aspectos de segurança da informação e do funcionamento de redes de computadores.

▶ **Ementa**

Programas do Pacote Office: Word, Excel e PowerPoint; Estrutura Básica do Aplicativo; Ferramentas Básicas para a Criação de um documento formal; Criação de um relatório comercial; Importação de dados de uma planilha do Excel para uma tabela no Word; Estrutura Básica do Excell; Operações básicas; Fórmulas condicionais, Gráficos, Operações com dados, Gráficos





Dinâmicos; Estrutura Básica do Powerpoint; Como estruturar uma apresentação; Validação de fontes e cores; formatação do background; Edição de Slide Mestre; Animações.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas em laboratório; Exercícios em laboratório; Leituras de textos e atividades complementares.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, relatórios, outros instrumentos de avaliação adotados pelo docente.

▶ **Bibliografia Básica**

- MANZANO, A. N. G.; MANZANO, J. A. N. G. **Estudo dirigido: Microsoft Excel 2016: Avançado em português**. São Paulo: Editora Érica, 2015.
- REIS, W. J. R. **Word 2016 - Alto Padrão na Criação e Edição de Textos**. Bauru: Editora Viena, 2016.
- ISSA, N. M. K. I.; MARTELLI, R. **Office 2016 para aprendizagem comercial**. São Paulo: Senac, 2016.

▶ **Bibliografia Complementar**

- MARTELLI, R., **PowerPoint 2016**. São Paulo: Editora Senac. 2016.
- MARTELLI, R.; BARROS, M. S. M. **Excel Avançado 2016**. São Paulo: Editora Senac, 2016.

6.1.8 – ING-231 – Inglês I – Oferta Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes.
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Reconhecer, fornecer e retransmitir informações pessoais e familiares, sobre locais, datas e horários, como em mensagens, avisos ou e-mails. Compreender e produzir instruções e comandos simples e familiares. Falar brevemente sobre si e descrever sentimentos. Perguntar e fornecer informações sobre rotina pessoal e de trabalho, apresentar-se e cumprimentar. Preencher formulários, de forma presencial ou on-line. Identificar aspectos socioculturais e interculturais das comunidades falantes da língua-alvo..

▶ **Ementa**

Introdução às funções comunicativas da língua inglesa, de modo a desenvolver a compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais simples, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.





▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Diagnóstica (nivelamento); Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. **Business result elementary**: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738668.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner A1**: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233512.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english file 1**: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906166

▶ **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: elementary. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455009.

6.1.9 – ESP-091 – Espanhol I – Oferta Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Interagir utilizando habilidades comunicativas básicas, reconhecer, fornecer e retransmitir informações pessoais e que lhe sejam familiares, em mensagens, avisos ou e-mails. Compreender e produzir textos, instruções e comandos utilizados em situações comunicativas concretas e previstas, nas esferas do cotidiano e no âmbito profissional. Perguntar e fornecer informações sobre rotina pessoal e de trabalho, apresentar-se e cumprimentar. Preencher formulários, de forma presencial ou on-line. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos (textuais, sintáticos, léxicos, morfológicos e fonéticos). Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura.

▶ **Ementa**





Introdução às funções comunicativas da língua espanhola para fins específicos, com ênfase na compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com as situações profissionais específicas, de modo a utilizar estruturas léxico-gramaticais simples, considerando aspectos socioculturais do mundo hispânico e as variantes da língua, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional. |

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos. |

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Diagnóstica (nivelamento); Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva. |

▶ **Bibliografia Básica**

- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel elemental. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020. ISBN 9783125358539.
- FERNÁNDEZ; A. N.; PROST, G. N. **Al dí@**: curso inicial de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2015. ISBN 9788497782913.
- PRADA, M; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía S.A., 2017. ISBN 9788490817322.

▶ **Bibliografia Complementar**

- LAGO, A. F. ; LÓPEZ, C. I. R. ; HERNÁNDEZ, A. M. C. **Español para el comercio mundial del siglo XXI**: términos y expresiones esenciales em el mundo de los negocios. Editorial Edinumen, 2017. ISBN 9788498486346.
- PALOMINO, M. A. **Correo comercial**: técnicas y usos. Madrid: Edelsa, 2015. ISBN 9788490816004.. |



6.2 Segundo Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
2º	1	PGC-008	Projeto Integrador II	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	CON-020	Contabilidade e Custos	Presencial	80	-	-	-	80
	3	CEE-051	Empreendedorismo e Inovação	Presencial	80	-	-	-	80
	4	GPJ-014	Gestão de Processo	Presencial	80	-	-	-	80
	5	ESP-092	Espanhol II	Presencial	40	-	-	-	40
	6	ING-232	Inglês II	Presencial	40	-	-	-	40
	7	MMF-011	Matemática Financeira	Presencial	80	-	-	-	80
Total de aulas do semestre					420	-	60	-	480

6.2.1 – PGC-008 – Projeto Integrador II – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

Objetivos de Aprendizagem

Desenvolver projeto para identificar, incrementar e gerir recursos tecnológicos aplicáveis às rotinas e aos processos de uma empresa; os alunos serão capazes, a partir da aplicação deste conhecimento, de identificar quais as interfaces do mercado e quais influências macro e microeconômicas são relevantes para os tipos de empreendedorismo e intra-empendedorismo.

Ementa

Integração das disciplinas do semestre por meio de pesquisa ou projeto; identificação da viabilidade do negócio; técnicas de levantamento de dados; critérios financeiros para tomada de decisão; elaboração do fluxograma dos processos estratégico e tático.

Metodologias Propostas

As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Trabalhos em grupos.

Bibliografia Básica



- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 1998.)
- LAKATOS, E. M. e MARCONI, M. A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.)
- SEVERINO, A.J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.)

▶ **Bibliografia Complementar**

- LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A Construção do Saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: UFMG/ARTMED, 1999.
- LUNA, S.V. **Planejamento de Pesquisa** - Uma introdução. 2.ed. São Paulo: Educ, 2009. |

6.2.2 – CON-020 – Contabilidade e Custos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Profissionais: Analisar demonstrativos financeiros e de Mercado. Planejar, organizar, dirigir e controlar negócios comerciais.
- ▶ Socioemocionais: Autonomia, Confiança, Cooperação, Criatividade, Curiosidade, Disciplina, Ética, Independência, Organização, Proatividade, Responsabilidade.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Aplicar os conceitos da contabilidade, da gestão dos custos para viabilizar o entendimento das particularidades dos segmentos de negócios, para compreender suas classificações e os rateios de custos de identificação e do volume de produção, apuração do resultado e fornecimento de informações para as tomadas de decisões. Compreender a composição do custo para os produtos e serviços, além do impacto na formação do preço do produto acabado e do resultado apurado. Desenvolver habilidades de elaborar relatórios, analisar e utilizar as demonstrações contábeis como instrumento de gestão para o gerenciamento da empresa. Conhecer normas contábeis brasileiras e princípios de custos para a adequação ao padrão contábil internacional IFRS. |

▶ **Ementa**

Fundamentos da contabilidade (vertentes de avaliação; conceitos usualmente aplicados e patrimônio). Planos de contas (aplicações). Eventos permutativos, contas e demonstrativos patrimoniais. Eventos modificativos, contas e demonstrativos de resultados. Receitas e despesas. Conceitos de custo em função do produto e do volume: custos diretos e indiretos e custos fixos, variáveis e mistos. Classificação dos gastos em investimentos/custos/despesas/perdas. Cálculo do desgaste dos ativos, depreciação, amortização e exaustão. Custo das Mercadorias/Produtos Vendidos. Princípios contábeis aplicados à contabilidade de custos. Custeio por absorção e custos para decisão (relação custo x volume x lucro). Custeio Variável para gestão. Margem de contribuição. Ponto de equilíbrio. Elaboração das demonstrações contábeis. Análise econômico-financeira. Demonstrações Financeiras/Contábeis (Balanço Patrimonial, DRE, DMPL, Fluxo de Caixa, DVA e notas explicativas). Análise de Balanços e DRE (horizontal e vertical). Interpretação das demonstrações contábeis. Adequação do padrão contábil brasileiro ao IFRS. |

▶ **Metodologias Propostas**

As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling. |





▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.]

▶ **Bibliografia Básica**

- EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. Diversos autores. **Contabilidade Introdutória**. Livro texto. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2019.)
- IUDICIBUS, S. de. MARION, J. C. **Curso de contabilidade para não contadores**: para as áreas de administração, economia, direito e engenharia. 8. ed. São Paulo: Atlas, São Paulo, 2018.)
- SZUSTER, N., et al. **Contabilidade geral**: introdução à Contabilidade Societária. 4. ed. São Paulo: Gen Atlas, 2013.)

▶ **Bibliografia Complementar**

- [BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Gestão de Custos e Formação de Preços**: com aplicação na calculadora HP e no Excel. 7. ed. São Paulo: Gen Atlas, 2019.1
- CREPALDI, S. A. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. 4. ed. São Paulo: Gen Atlas, 2009.]

6.2.3 – CEE-051 – Empreendedorismo e Inovação – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

[Compreender as dinâmicas que envolvem o empreendedorismo e a inovação sob o viés mercadológico e profissional. Conhecer a relação entre criatividade e inovação e a relevância da Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) para a realidade organizacional e empresarial.]

▶ **Ementa**

[Apresentação da relação entre empreendedorismo e desenvolvimento socioeconômico, conceitos de empreendedorismo, intraempreendedorismo associado a perfis comportamentais do profissional e/ou criador, tipos de empreendedorismo, relação do empreendedorismo e a inovação, conceitos e tipos de Inovação (OCDE), *startups*, Incubadoras, parques tecnológicos, marcos regulatórios, legislativos e institucionais da inovação, APLs, Clusters, Inteligência Competitiva. Dinâmicas de criatividade-inovação. Gestão de P&D e Inovação. Cases de aplicação de inovação em empreendedorismo.]

▶ **Metodologias Propostas**

[As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, *Cultura maker*, *Design thinking*, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**





Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.]

▶ **Bibliografia Básica**

- [DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.]
- TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da Inovação**. Porto Alegre: Bookman. 2015.]
- TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da Inovação - Uma Abordagem Estratégica, Organizacional e de Gestão de Conhecimento**. São Paulo: Gen Atlas, 2019.]

▶ **Bibliografia Complementar**

- ▶ [DRUCKER, P. **Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e Princípios**. São Paulo: Cengage do Brasil, 2016.
- TAKAHASHI, S.; TAKAHASHI, V. P. **Estratégia de inovação: oportunidades e competências**. São Paulo: Manolo, 2011.]

6.2.4 – GPJ-014 – Gestão de Processos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.]

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Desenvolver a capacidade analítica e prescritiva, compreendendo na prática a utilidade e aplicabilidade das ferramentas e dos instrumentos de sistematização de processos no âmbito empresarial. Compreender a relevância de gerir por processos nas organizações, independentemente de seu porte empresarial.]

▶ **Ementa**

Racionalização: as três gerações da racionalização do trabalho e a padronização. A abordagem administrativa da gestão por processos: fundamentação teórica a teoria geral de sistemas. A Gestão da qualidade na gestão por processos: Infraestrutura e Suporte para a gestão por processos. Mapeamento dos processos, normas e procedimentos para gestão por processos: fluxograma. Ferramentas e instrumentos para a Gestão por Processos. Indicadores de desempenho a partir da visão por processos e seus tipos: *Balanced Scorecard*. Técnicas de levantamento de dados: instrumento de levantamento de informações e análise organizacional. A tecnologia da informação e os sistemas de apoio a gestão por processos: BPM. Cases em gestão de processos.]

▶ **Metodologias Propostas**

As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.]





▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.

▶ **Bibliografia Básica**

- ARAÚJO, L. C. G. De. **Organização, Sistemas e Métodos e as tecnologias de gestão Comercial**. 4. ed. São Paulo. Atlas, 2017.
- DE SORDI, J.O. **Gestão por processos: uma abordagem da moderna administração**. São Paulo: Saraiva, 2017.
- OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Administração de processos: conceitos, metodologia e práticas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BARBARÁ, S. **Gestão por processos: Fundamentos, Técnicas e Modelos de Implementação**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.
- PAIM, R. et al. **Gestão de Processos: pensar, agir e aprender**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

6.2.5 – PGC-009 – Espanhol II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

Objetivos de Aprendizagem

Ampliar as destrezas comunicativas básicas de forma independente: identificar ideia principal e produzir notas, avisos ou mensagens simples. Comentar sobre temas do âmbito acadêmico e profissional, descrever rotina, objetos, pessoas e locais familiares. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos; desenvolver, em nível básico, as técnicas comunicativas e discursivas comuns ao mundo dos negócios em língua espanhola. Relatar problemas e fazer solicitações, tanto em meio físico quanto virtual. Distinguir e analisar, a partir de textos e documentos audiovisuais reais, as diferentes situações que requerem o uso de técnicas comunicativas específicas. Manter conversação básica, emitir e solicitar opinião, demonstrar interesse e compreensão. Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura.

▶ **Ementa**

Prática das funções comunicativas da língua espanhola para fins específicos, com ênfase na compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com as situações profissionais específicas. Abordagem dos aspectos socioculturais do mundo hispânico, de forma interdisciplinar, levando em consideração as variedades da língua, bem como o panorama do idioma no mundo e as suas dimensões histórica, geográfica e sociológica.

▶ **Metodologias Propostas**





Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel elemental. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020. ISBN 9783125358539.
- FERNÁNDEZ; A. N.; PROST, G. N. **Al dí@**: curso inicial de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2015. ISBN 9788497782913.
- PRADA, M; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: nivel A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía S.A., 2017. ISBN 9788490816066

▶ **Bibliografia Complementar**

- LAGO, A. F.; LÓPEZ, C. I. R.; HERNÁNDEZ, A. M. C. **Español para el comercio mundial del siglo XXI**: términos y expresiones esenciales em el mundo de los negocios. Editorial Edinumen, 2015. ISBN 9788498486346.
- PALOMINO, M. A. **Correo comercial**: técnicas y usos. Madrid: Edelsa, 2015. ISBN 9788490816004.

6.2.6 – ING-232 – Inglês II – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Identificar ideia principal e produzir notas, avisos ou mensagens simples. Descrever rotina, objetos, pessoas e locais familiares; fornecer e pedir informação pessoal e de dados numéricos; relatar problemas e fazer solicitações, tanto em meio físico quanto virtual. Seguir instruções e identificar o assunto tratado em textos simples e/ou figuras. Manter conversação básica, emitir e solicitar opinião, demonstrar interesse e compreensão; usar expressões temporais, estruturas gramaticais simples e conectivos básicos.

▶ **Ementa**

Prática das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais simples, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

▶ **Metodologias Propostas**





Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. **Business result elementary**: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738668.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner A1**: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233512.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english file 1**: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906166

▶ **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: elementary. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455009.

6.2.7 – MMF-011 – Matemática Financeira – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender a utilização da matemática financeira no desenvolvimento da atividade profissional, bem como utilizar calculadora financeiras para a tomada de decisões estratégicas. Analisar, interpretar e redigir textos e análises a partir de planilhas e gráficos.

▶ **Ementa**

Porcentagem. Juros Simples. Juros Compostos. Descontos (simples e comercial). Taxas de Juros. Séries Perpétuas. Amortização de Empréstimos. Anuidades ou Séries de Pagamentos. Sistemas de Amortização (Price, SAC e SAM). Operação de softwares e calculadoras para as operações de capitalização e desconto.

▶ **Metodologias Propostas**

Aula expositiva-dialogada, metodologias ativas (Aprendizagem Baseada em Problemas, Sala de Aula Invertida, Gamificação, Hands On ou Mão na Massa, Aprendizagem baseada em projetos), exercícios aplicativos, outras metodologias adotadas pelo professor.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**





Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.

▶ **Bibliografia Básica**

- BRANCO, A. C. C. **Matemática Financeira Aplicada: método algébrico**, HP-12C, Microsoft Excel. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- ASSAF NETO, A. **Matemática Financeira e suas Aplicações**. São Paulo: Atlas. 2008.
- VIEIRA SOBRINHO, J. D. **Matemática financeira**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

▶ **Bibliografia Complementar**

- MUROLO, A. **Matemática aplicada a Administração, Economia e Contabilidade**. 2.ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2011.
- PUCCINI, A. de L. **Matemática financeira: Objetiva e Aplicada**. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.





6.3 Terceiro Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				Total
					Presenciais		On-line		
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
3º	1	AGF-038	Gestão Financeira Orçamentária	Presencial	80	0	0	0	80
	2	ECN-031	Economia	Semestral	80	0	0	0	80
	3	ISI-028	Sistemas de Informação	Semestral	0	80	0	0	80
	4	PGC-009	Projeto Integrador III	Semestral	20	0	60	0	80
	5	TCE-005	Fundamentos de Comunicação Empresarial	Semestral	40	0	0	0	40
	6	ING-233	Inglês III	Semestral	40	0	0	0	40
	7	ESP-093	Espanhol III	Semestral	40	0	0	0	40
	8	HSC-015	Sociedade e Cultura	Semestral	40	0	0	0	40
Total de aulas do semestre					340	80	60	0	480

6.3.1 – AGF-038 – Gestão Financeira e Orçamentária – Semestral Presencial – 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação;
Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.

Objetivos de Aprendizagem

Entender os conceitos de finanças e permitir a interpretação do desempenho financeiro do Negócio. Elaborar e aplicar técnicas de orçamentos de acordo com o planejamento estratégico, as perspectivas de mercado, os objetivos do negócio e os resultados esperados. Abordagens no planejamento corporativo e processos orçamentários para as execuções e resultados do orçamento empresarial. Compreender técnicas econômicas e financeiras para análise e seleção de projetos de investimentos.

Ementa

Fundamentos da Gestão Financeira; Técnicas de planejamento financeiro; Conceitos Básicos de Orçamento. Tipos de orçamento. O processo orçamentário completo e seu acompanhamento. Controle orçamentário; Análise do ponto de equilíbrio das operações e alavancagem; Administração de ativos permanentes e investimento de capital; Fundamentos de investimento de capitais; Projeção do fluxo de caixa e do valor residual; Técnicas de avaliação de investimentos: VPL, TIR, IL. Valor uniforme equivalente. Custo anual equivalente. Análise de investimentos em condição de incerteza: análise de cenários e de sensibilidade. Fundamentos da engenharia econômica.

Metodologias Propostas

Sala de Aula Invertida, Rotação por Estações, ABP, Aulas expositivas, estudos de casos, debates

Instrumentos de Avaliação Propostos

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, entre outros a serem adotados pelo docente.

Bibliografia Básica

- GITMAN, L. J.; ZUTTER C.J. **Princípios da administração financeira**. 14.ed. São Paulo: Pearson, 2017.
- ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor**. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2020.





- HOJI, M. **Administração financeira e orçamentária**: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2021.

▶ **Bibliografia Complementar**

- ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. **Curso de Administração Financeira**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J.; LAMB, R. **Administração financeira**. 10. ed. Porto Alegre: AMGH Editora: 2015.

6.3.2 – ECN-031 – Economia – Semestral Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Contribuir para o desenvolvimento de uma visão global da Economia por meio de conhecimentos básicos que permitam uma compreensão das atividades econômicas nacionais e internacionais, bem como a economia disruptiva modelada pelos efeitos do empreendedorismo, da sustentabilidade e da inovação.

▶ **Ementa**

Introdução à Ciência econômica e ao Pensamento econômico. Noções de Microeconomia. Funcionamento do mercado. Estruturas de mercado. Macroeconomia básica. Teoria da determinação da renda e do produto nacional. Introdução à teoria monetária e inflação. Balança Comercial e taxas de câmbio. Sistema Monetário, Bancos Comerciais e Banco Central. Blocos geoeconômicos e comércio internacional. Economia Circular. Economia Criativa.

▶ **Metodologias Propostas**

Sala de Aula Invertida, Rotação por Estações, ABP, Aulas expositivas, estudos de casos, debates, entre outros a serem adotados pelo docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, entre outros a serem adotados pelo docente.

▶ **Bibliografia Básica**

- PINHO, D. B.; VANCELLOS, M.A.S.; TONETO JR. (org). **Manual de Economia**. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2017.
- GREMAUD, A. P.; VASCONCELOS, M. A. S.; TONETO JÚNIOR, R. **Economia Brasileira Contemporânea**. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- VASCONCELOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. **Fundamentos de economia**. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

▶ **Bibliografia Complementar**

- GREMAUD, A. P. (et al). **Manual de economia**. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2017.





- WEETMAN, C. **Economia circular**: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente e sustentável e lucrativa. Belo Horizonte: Autêntica Business, 2019. |

6.3.3 – ISI-028 – Sistemas de Informação – Semestral Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Gerenciar a comercial de uma organização.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Conhecer os principais sistemas de informações da organização - CRM, ERP, BPM, EDI, BI - e identificar usuários e componentes. Correlacionar a importância dos sistemas de informações com a estratégia organizacional e a tomada de decisões. |

▶ **Ementa**

Estudos de conceitos básicos e de aplicações de Sistemas de Informações nas organizações. Potencial estratégico dos Sistemas de Informações para o negócio. Perspectivas do uso dos Sistemas de Informações frente ao mercado no suporte a Processos Gerenciais nas organizações. A Tecnologia da Informação e Comunicação como infraestrutura para os sistemas de informações. |

▶ **Metodologias Proposta**

Sala de Aula Invertida, Rotação por Estações, ABP, Aulas expositivas, estudos de casos, debates, entre outros a serem adotados pelo docente. |

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, entre outros a serem adotados pelo docente. |

▶ **Bibliografia Básica**

- CRUZ, T. Sistemas de Informações Gerenciais e Operacionais: tecnologias da informação e as organizações do século XXI. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2019. |
- LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. Sistemas de Informação Gerenciais. 11.ed. São Paulo: Pearson, 2014. |
- STAIR, R. M.; REYNOLD, G. W. Princípios de sistemas de informação: tradução da 11 edição norte-americana. 3.ed. São Paulo: CENGAGE Learning, 2016. |

▶ **Bibliografia Complementar**

- BATISTA, E. O. **Sistemas de Informação**: O Uso consciente da tecnologia para o gerenciamento. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- MAZZA, M. F. **CRM**: Sucessos e Insucessos. Rio de Janeiro: Brasport, 2009. |





6.3.4 – PGC-009 – Projeto Integrador III – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos.
- ▶ Planejar Pesquisa de mercado;
- ▶ Gerenciar Sistemas de Informação Comercial;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma empresa;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação;
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária.
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.

Objetivos de Aprendizagem

O projeto a ser desenvolvido pelos alunos com orientação do professor tem três partes. A primeira parte é de natureza teórica e utilizará os conteúdos das disciplinas Administração Geral, Matemática Financeira e Responsabilidade Socioambiental do primeiro semestre; Empreendedorismo, Matemática Financeira, Gestão de Processos, Contabilidade e Custos do segundo semestre; e uma terceira parte que reúne as disciplinas do terceiro semestre, que apoiarão em tempo real o desenvolvimento do PI III: Gestão Financeira e Orçamentária, Economia e Sistemas de Informação e Fundamentos de Comunicação Empresarial.

Ementa

Estrutura de investimentos, fontes, e respectivos custos; Estrutura e integralização do capital. Planejamento do patrimônio da empresa. Despesas operacionais e não operacionais. Impostos diretos e indiretos. Modelagem de fluxo de caixa projetado e determinação de lucro ou prejuízo (neste caso, reposição do projeto). Análise do ponto de equilíbrio das operações e alavancagem. Projeção do fluxo de caixa e do valor residual. Determinação do Valor Presente Líquido, Taxa Interna de Retorno e Índice de Lucratividade. Visitas e pesquisas junto a empresa real para aferição do planejamento financeiro e as condições de operação na condição real.

Metodologias Propostas

Sala de Aula Invertida, Rotação por Estações, ABP, Aulas expositivas, estudos de casos, debates, entre outros a serem adotados pelo docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, entre outros a serem adotados pelo docente.

Bibliografia Básica

- ASSAF NETO, A.; GUASTI LIMA, F. **Curso de Administração Financeira**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- DIAS, F. R. T. **Gerenciamento dos Riscos em Projetos**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2015.
- BRANCO, R.H.F; KEELING, R. **Gestão de Projetos – uma abordagem global**. São Paulo: Saraiva Uni, 2018.

Bibliografia Complementar

- IUDÍCIBUS, S.; MARION, J. C. **Contabilidade comercial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2016Item 1





- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática.** São Paulo: Saraiva, 2016.]

6.3.5 – TCE-005 – Fundamentos de Comunicação Empresarial – Semestral – Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Comunicar-se em língua materna.
- ▶ Analisar os processos de comunicação interno e externo da organização e avaliar os impactos dos ruídos frente aos fluxos de comunicação, com vistas a otimizar práticas e valores corporativos adequados à demanda contemporânea.
- ▶ Produzir textos básicos do gênero informativo, com o uso de linguagem técnica e profissional nos registros adequados ao contexto comunicativo.]

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

[Desenvolver subsídios básicos para assessorar a organização nos relacionamentos internos e externos, empregando tecnologias de informação e comunicação; aprimorar a compreensão sobre mídias clássicas e mídias digitais, seu funcionamento e riscos; identificar articulações entre sociedade, cultura organizacional, imagem da empresa e identidade corporativa; identificar e desenvolver valores contemporâneos de boa performance corporativa, segundo a OIT; analisar e aplicar tópicos essenciais para planejamento de estratégias de comunicação destinadas ao fortalecimento da imagem da organização, da perspectiva de seus valores e práticas, utilizando linguagem técnica e profissional, nas modalidades oral e escrita.]

▶ **Ementa**

[Importância do 'comunicar' como 'educar'; comunicação organizacional no contexto da comunicação social; ética, transparência e gestão da informação na comunicação organizacional; reputação, confiabilidade e fake news; configuração de valores e princípios adequados às demandas do mundo contemporâneo; agendas globais para a sustentabilidade estendida. A OIT e o 'trabalho decente'; divulgação e publicidade das ações de enfrentamento a assédio, preconceito, discriminação e mau uso das redes sociais; planejamento de estratégias e ações para interação comunicacional com públicos de interesse; assessoria de imprensa; estratégias para gestão de imagem; elaboração e redação de instrumentos básicos para comunicação com os públicos interno e externo; linguagem técnica e profissional adequada, adaptadas às modalidades oral e escrita.]

▶ **Metodologias Propostas**

[Aulas expositivo-dialogadas, atividades em pares/grupos, leitura, discussão e produção colaborativa.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[Avaliação formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso; avaliação somativa - provas ou trabalhos em grupo. Avaliação das competências socioemocionais, tais como: trabalho em equipe, comunicação, criatividade, entre outras.]

▶ **Bibliografia Básica**

- BRUM, D. **Comunicação assertiva:** aprenda a arte de falar e influenciar. São Paulo: Literare Book International, 2021.192 p. ISBN 9786559221714.





- POLITO, R.; POLITO, R. **Os segredos da boa comunicação no mundo corporativo**. 1. ed. São Paulo: Benvirá, 2021. ISBN 9786558100164.
- TERRA, C.; DREYER, B. M.; RAPOSO, J. F. **Comunicação organizacional: práticas, desafios e perspectivas digitais**. São Paulo: Summus Editorial, 2021. ISBN 9786555490398

▶ **Bibliografia Complementar**

- NADÓLSKIS, H. **Comunicação redacional atualizada**. 13. ed. rev. e atual. segundo as regras do acordo ortográfico. São Paulo: Saraiva, 2021. ISBN 9788502147362.
- TOMASI, C.; MEDEIROS, J. B. **Comunicação empresarial**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019. ISBN 9788597019179. |

6.3.6 – ING-233 – Inglês III – Semestral – Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes.
- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional. |

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

| Compreender e produzir textos simples, tais como comunicados, descrições, instruções e publicações, em meios físicos e/ou virtuais. Identificar e resumir os pontos principais de textos simples, orais ou escritos; interpretar dados numéricos. Descrever eventos passados. Participar de entrevista simples, destacando habilidades, qualidades e responsabilidades. Manter conversação sobre seus gostos e hobbies, demonstrar compreensão e pedir opinião. |

▶ **Ementa**

| Desenvolvimento das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais apropriadas, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional. |

▶ **Metodologias Propostas**

| Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos. |

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

| Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva. |

▶ **Bibliografia Básica**





- HUGES, J. et al. **Business result elementary**: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738668.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner A2**: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233529.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english file 1**. Student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906166

▶ **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: elementary. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455009. |

6.3.7 – ESP-093 – Espanhol III – Semestral - Presencial – 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.
- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender e produzir textos como comunicados, descrições, instruções e publicações, em meios físicos e/ou virtuais. Identificar e resumir os pontos principais de textos simples, orais ou escritos, transitando no contexto das negociações internacionais de forma mais autônoma. Adquirir e utilizar os recursos linguísticos orais e escritos (textuais, sintáticos, léxicos, morfológicos e fonéticos) utilizados nos âmbitos acadêmico e profissional. Distinguir e analisar, a partir de textos e documentos audiovisuais reais, as diferentes situações que requerem o uso de técnicas comunicativas específicas. Participar de entrevista simples, destacando habilidades, qualidades e responsabilidades. Compreender a diversidade cultural dos países hispano-falantes e seu contraste com nossa cultura. |

▶ **Ementa**

Desenvolvimento das funções comunicativas da língua espanhola com ênfase nas estratégias linguísticas de comunicação: compreensão e produção de gêneros discursivos orais, escritos e multimodais, em consonância com situações profissionais específicas. Uso de estruturas léxico-gramaticais apropriadas, abordando aspectos socioculturais do mundo hispânico, de forma interdisciplinar, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional, considerando as variedades da língua, bem como o panorama da língua no mundo e as suas dimensões históricas, geográficas, sociológicas e de negócios. |

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos. |





▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

▶ **Bibliografia Básica**

- CASTRO, F. **Uso de la gramática española**: nivel intermedio. Nueva edición. Madrid: Edelsa, 2020. ISBN 9788490816264.
- FERNÁNDEZ, A. N.; PROST, G. N. **Al dí@**: curso intermedio de español para los negocios. Madrid: SGEL, 2014. ISBN 9788497783170.
- PRADA, M; MARCÉ, P. **Entorno laboral**: A1/B1. Español lengua extranjera. Edición ampliada. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía S.A., 2017. ISBN 9788490816066

▶ **Bibliografia Complementar**

- MARCÉ, P.; PRADA, M. **Comunicación eficaz para los negocios**. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía, 2019. ISBN 9788490816240.
- PALOMINO, M. A. **Correo comercial**: técnicas y usos. Madrid: Edelsa, 2015. ISBN 9788490816004.

6.3.8 – HSC-015 – Sociedade e Cultura – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Compreender as interfaces entre sociedade e cultura. Entender o funcionamento da sociedade de consumo e o consumo no Brasil. Compreender as relações entre as grandes corporações, desejos nas pessoas e consumo. Entender a relação entre cultura de massas e a integração do público consumidor à realidade social. Compreender a relação entre economia, sociedade e cultura na era da informação. Refletir sobre o processo de hibridização cultural nos países latino-americanos. Refletir sobre os limites de uma cidadania do consumismo e as chances de uma cidadania plena.

▶ **Ementa**

Conceitos e interfaces de sociedade e cultura. Cultura de massas. Os mecanismos de funcionamento da cultura de massas. As grandes corporações tecnocráticas, o desejo e o consumo na contemporaneidade. As origens históricas e as características sociológicas da sociedade de consumo. Consumo no Brasil. Economia, sociedade e cultura na era da informação. Hibridização cultural na América Latina. Subjetividade, cidadania e emancipação.

▶ **Metodologias Propostas**

Sala de Aula Invertida, Rotação por Estações, ABP, Aulas expositivas, estudos de casos, debates, entre outros a serem adotados pelo docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Seminário, trabalho, pesquisa, prova dissertativa, entre outros a serem adotados pelo docente.





▶ **Bibliografia Básica**

- BARBOSA, L. **Sociedade do consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- MORIN, E. **Cultura de massas no século XX: Neurose**. 10. ed. São Paulo: Forense Universitária, 2011. v.1.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CASTELLS, M. **A sociedade em Rede**. 17. ed., revista e ampliada. São Paulo: Paz e Terra, 2016.
- MASI, D. **O futuro chegou: modelos de vida para uma sociedade desorientada**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.



6.4 Quarto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
4º	1	PGC-010	Projeto Integrador IV	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	AGR-032	Gestão de Pessoas	Presencial	80	-	-	-	80
	3	AGS-026	Cadeia de Suprimentos	Presencial	80	-	-	-	80
	4	PEM-011	Técnicas de Negociação	Presencial	40	-	-	-	40
	5	PEM-012	Comunicação Interna e Endomarketing	Presencial	40	-	-	-	40
	6	EST-056	Estatística Aplicada à Gestão	Presencial	40	-	-	-	40
	7	MPC-021	Métodos para a Produção do Conhecimento	Presencial	40	-	-	-	40
	8	HSC-016	Inglês IV	Presencial	40	-	-	-	40
	9	ING-234	Tecnologia e Cultura	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					420	-	60	-	480

6.4.1 – PGC-010 – Projeto Integrador IV – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização.

Objetivos de Aprendizagem

Oferecer ao indivíduo a possibilidade de desenvolver criticidade sobre as transições organizacionais e o trabalho, apresentando uma visão sobre as relações eficientes no ambiente profissional e o desenvolvimento humano associado às transformações econômicas. O objetivo é realizar a aplicação dos conhecimentos adquiridos sobre a participação dos profissionais no desempenho estratégico das organizações, de modo a construir um processo passivo de implantação, mensuração e melhoria contínua, proporcionando tanto para a empresa quanto para os funcionários uma relação de ganha-ganha.

Ementa

Ambiente corporativo contemporâneo; gestão por competências; ambiente e clima organizacional; desenvolvimento de processos produtivos associados ao trabalho; gestão de conflitos; ética nas tomadas de decisão; observação das influências do reconhecimento; políticas de remuneração sobre a motivação; comprometimento do funcionário.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos



As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**

- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: O Novo Papel da Gestão do Talento Humano**. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2020.
- DUTRA, J. S. **Competências - Conceitos, Instrumentos e Experiências**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- TREFF, M. **Gestão de Pessoas**. 1. ed. São Paulo: GEN Atlas, 2016.

▶ **Bibliografia Complementar**

- SENGE, P. **A Quinta disciplina: arte e prática da organização que aprende**. 33. ed. São Paulo: Bestseller, 2013.
- ROBBINS, S.; JUDGE, T.; SOBRAL, F. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

6.4.2 – AGR-032 – Gestão de Pessoas – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Gerenciar sistemas de informação comerciais;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Apresentar a gestão de pessoas sob o viés estratégico para obtenção dos resultados empresariais, observando características das relações humanas no ambiente de trabalho.

▶ **Ementa**

Objetivos e visão sistêmica da administração de pessoas, valor estratégico de processos de recrutamento e seleção. Gestão de competências. Treinamento e desenvolvimento. Mensuração de resultados do trabalho. Planejamento de Carreira. Clima e comportamento organizacional. Práticas contemporâneas de Gestão de Pessoas: competências, diversidade, qualidade de vida, mobilidade no trabalho.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**

- CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: O Novo Papel da Gestão do Talento Humano**. 5.ed., São Paulo: Atlas, 2020.





- CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações**. 11.ed., São Paulo: Atlas, 2020.
- DUTRA, J. S.; DUTRA T. A.; DUTRA, G. A. **Gestão de pessoas: Realidade atual e desafios futuros**. 1.ed., São Paulo: Atlas, 2017.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BRANDÃO, H. P. **Mapeamento de Competências: métodos, técnicas e aplicações em gestão de pessoas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- GROVE, A. S. **Gestão de Alta Performance: Tudo o que um gestor precisa saber para gerenciar equipes e manter o foco em resultados**. 1.ed., São Paulo: Benvirá, 2020.

6.4.3 – AGS-026 – Cadeia de Suprimentos – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Apresentar uma visão sistêmica sobre as atividades *inbound* – processo – *outbound*, responsáveis pela logística empresarial, integrada e global, estabelecendo condições para o compreender a dinâmica retroalimentação e melhoria contínua dos processos produtivos na indústria de produtos tangíveis e intangíveis

▶ **Ementa**

Conceitos de Cadeia de suprimentos, logística 4.0, conceitos de demanda, Compras, armazenagem de matéria prima e material auxiliar, processos de almoxarifado, gestão estratégica associada à gestão financeira, física e fiscal relacionadas à matéria-prima e material acabado, canais de comercialização associados à estratégia de distribuição, sistemas e modais de transporte, embalagem comercial, embalagem logística, gestão de materiais, giro de matéria prima e produtos acabado, formalização das redes de relacionamento verticais e horizontais, armazenagem de produto acabado, estocagem de produto acabado, uso de ERP's (TWS, WMS, BI, EDI).

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**





- BERTAGLIA, J. R. **Logística e gerenciamento da Gestão da Cadeia de Abastecimento**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2020.
- CORRÊA, H.L. **Administração de cadeias de suprimentos e logística: integração na era da indústria 4.0**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D.J.; COOPER, M.B., BOWERSOX, J.C. **Gestão logística da cadeia de suprimentos**. 4. ed. Porto Alegre: Editora AMGH, 2014.

▶ **Bibliografia Complementar**

- SIMCHI-LEVI, D.; KAMINSKY, P.; SIMCHI-LEVI, E. **Cadeia de suprimentos projeto e gestão: conceitos, estratégias e estudos de caso**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- SLACK, N.; BRANDON-JONES, A.; JOHNSTON, R. **Administração da produção**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

6.4.4 – PEM-011 – Técnicas de Negociação – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Entender as práticas de negociação em seus mais variados aspectos e situações, destacando as técnicas, princípios, estilos e perfis psicológicos comumente identificados nos processos de negociação.

▶ **Ementa**

Conceitos de negociação; Relacionamento interpessoal; Conceito de poder; Estratégias e táticas de negociação; Preparação para a negociação; Mensuração e controle; Autoavaliação; Legitimidade; Fechamento do acordo.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgar pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**

- CIALDINI, R. **As armas da persuasão**. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.
- FISHER, R.; URY, W.; PATTON, B. **Como chegar ao sim: a negociação de acordos sem concessões**. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.





- WANDERLEY, J. A. **Negociação Total**. Encontrando soluções, vencendo resistências, obtendo resultados. 23. ed. São Paulo: Gente, 2016.

▶ **Bibliografia Complementar**

- ALMEIDA, A. T. de; MORAIS, D. C.; COSTA, A. P. C. S.; ALENCAR, L. H.; DAHER, S. de F. D.; **Decisão em Grupo e Negociação: métodos e aplicações**. Rio de Janeiro: Interciência, 2019.
- DUZERT, Y.; SCHLAEPFER, T. S.; **Negociação e administração de conflitos**. São Paulo: Editora FGV, 2018.

6.4.5 – PEM-012 – Comunicação Interna e Endomarketing – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Levar o aluno a compreender a importância da Comunicação Interna para a organização: o processo comunicativo, modelos, fluxos de comunicação interna, plano de comunicação integrada. Desenvolver o Endomarketing, seus conceitos, princípios e práticas mais modernas nas organizações.

▶ **Ementa**

Visão Geral da Comunicação Interna e do Endomarketing e seus programas de Implantação; Pesquisa de Clima Organizacional; Canais de comunicação integrada; Avaliação do programa de Endomarketing; Perspectivas do Endomarketing.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

▶ **Bibliografia Básica**

- BRUM, A. de M. **Endomarketing Estratégico: Como Transformar Líderes em Comunicadores e Empregados em Seguidores**. São Paulo: Integre, 2017.
- BRUM, A. de M. **A Experiência do colaborador - da atração à retenção: como o Endomarketing pode tornar única cada etapa da Jornada do Colaborador**. São Paulo: Integre, 2020.
- TORQUATO, G. **Comunicação nas organizações: empresas privadas, instituições e setor público**. São Paulo: Summus, 2015.

▶ **Bibliografia Complementar**





- [TERRA, C.; DREYER, B. M.; RAPOSO, J. F.; (org) **Comunicação Organizacional**: Práticas, desafios e perspectivas digitais. São Paulo: Summus, 2021.
- FORNI, J. J.; **Gestão de Crises e Comunicação**. São Paulo: Gen Atlas, 2019.]

6.4.6 – EST-056 – Estatística Aplicada a Gestão – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária.
- ▶ Planejar pesquisas de mercado.
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.
- ▶ Planejar pesquisas de mercado.
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente]

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

[Utilizar os métodos estatísticos para a tomada de decisões]

▶ **Ementa**

[Fundamentos da estatística. Coleta e Apresentação de dados. Medidas de posição e dispersão, população e amostra. Séries. Distribuição de frequência. Aplicações da estatística em gestão]

▶ **Metodologias Propostas**

[Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.]

▶ **Bibliografia Básica**

- LEVINE; BERENSON; STEPHAN. **Estatística**: Teoria e Aplicações - usando Microsoft Excel. São Paulo: LTC, 2016.]
- SWEENEY, J. D; ANDERSON, D. R; WILLIAMS T. A. **Estatística aplicada à administração e economia**. São Paulo: Cengage Learning, 2019.]
- TRIOLA. M. F. **Introdução à Estatística**. 12. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2017.]

▶ **Bibliografia Complementar**

- [BRUNI, A L. **Estatística Aplicada à Gestão Empresarial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- MORETTIN, P. A. e BUSSAB, W. A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva Uni, 2017.]





6.4.7 – MPC-021 – Métodos para a Produção do Conhecimento – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação;
- ▶ Desenvolver a visão sistêmica, identificando soluções, respeitando aspectos culturais, éticos, ambientais e sociais no âmbito local, regional e internacional;
- ▶ Evidenciar o uso de pensamento crítico em situações adversas.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender e aplicar o método científico e normas ABNT para pensar e elaborar um projeto de pesquisa, estruturar textos científicos e acadêmicos.

Ementa

O Papel da ciência e da tecnologia. Tipos de conhecimento. Método e técnica. Planejamento e desenvolvimento da pesquisa: coleta das informações, organização e análise. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural. O projeto de pesquisa experimental e não-experimental. Pesquisa científica e tecnológica, pesquisa qualitativa e quantitativa. Pesquisas e pensamentos interdisciplinar, multidisciplinar e transdisciplinar. Ferramentas de produção em processador de textos. Apresentação gráfica dos diferentes trabalhos. Normas da ABNT, citações e bibliografias. Valores éticos e princípios de direitos autorais. Ferramentas para identificação de plágio.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2017.
- PEREIRA, J. M. **Manual de Metodologia para Pesquisa Científica**. São Paulo: Atlas, 2016.

Bibliografia Complementar

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 14724**: Informação e documentação – Trabalhos acadêmicos – Apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2020.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 2021.





6.4.8 – ING-234 – Inglês IV – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

Objetivos de Aprendizagem

Interpretar e produzir textos relevantes para a área de atuação, como correspondências, descrições, instruções e relatórios. Fazer comparações, expressar opinião e justificar decisões com polidez. Destacar pontos principais de apresentações, demonstrações, artigos e publicações. Fazer planos e agendar compromissos. Descrever produtos/serviços e responder a questionamentos simples.

Ementa

Expansão do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de estruturas léxico-gramaticais, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

Metodologias Propostas

Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- HUGES, J. et al. **Business result pre-intermediate**: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738767.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner A2**: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233529.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english file 2**: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906395.

Bibliografia Complementar

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: pre-intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455115.





6.4.9 – HSC-016 – Tecnologia e Cultura – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver a capacidade de exploração crítica da relação entre a cultura de massa e o consumismo.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender as interfaces entre sociedade, cultura e tecnologia. Entender o funcionamento da sociedade de consumo e o consumo no Brasil. Compreender as relações entre as grandes corporações, desejos nas pessoas e consumo. Entender a relação entre cultura de massas e a integração do público consumidor à realidade social. Compreender a relação entre economia, sociedade e cultura na era da informação. Refletir sobre o processo de constituição de uma civilização tecnológica e a cibercultura que ela traz. Refletir sobre os limites de uma cidadania do consumismo e as chances de uma cidadania plena.

Ementa

Conceitos e interfaces de sociedade, cultura e tecnologia. Cultura de massas. Os mecanismos de funcionamento da cultura de massas. As grandes corporações tecnocráticas, o desejo e o consumo na contemporaneidade. As origens históricas e as características sociológicas da sociedade de consumo. Consumo no Brasil. Economia, sociedade e cultura na era da informação. A civilização tecnológica e o “Prosumidor”. Cibercultura. Desafios Contemporâneos. Subjetividade, cidadania e emancipação.

Metodologias Propostas

Aulas expositivas, dialogadas, contemplando ou não atividades. Sala de aula invertida, rotação por estações, aprendizagem baseada em problemas, projetos, desafios, entre outras metodologias ativas, a critério do docente.

Instrumentos de Avaliação Propostos

As avaliações poderão ser realizadas através de provas escritas compostas por questões pertinentes à disciplina, trabalhos individuais ou em grupos, seminários, exercícios para prática e/ou análise e resolução de problemas, ou outro instrumento que o docente da disciplina julgue pertinente.

Bibliografia Básica

- BARBOSA, L. **Sociedade do consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo – A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- TOFFLER, A. **A Terceira Onda: a morte do industrialismo e o surgimento de uma nova civilização**. Record, 2007.

Bibliografia Complementar

- MANZINI-COVRE, M. L. **O que é cidadania**. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 2010.
- MORIN, E. **Cultura de massas no século XX**; vol. 1 Neurose. 10. ed. São Paulo: Forense Universitária, 2011.





6.5 Quinto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				Total
					Presenciais		On-line		
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
5º	1	PGC-011	Projeto Integrador V	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	MKS-003	Gestão de Marketing	Presencial	80	-	-	-	80
	3	MKS-005	Publicidade e Marketing Digital	Presencial	40	40	-	-	80
	4	MKS-004	Promoção e Merchandising	Presencial	40	-	-	-	40
	5	RPC-004	Comportamento do Consumidor	Presencial	40	-	-	-	40
	6	GPJ-015	Fundamentos da Gestão de Projetos	Presencial	40	-	-	-	40
	7	DDE-016	Direito Empresarial	Presencial	80	-	-	-	80
	8	ING-235	Inglês V	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					380	40	60	-	480

6.5.1 – PGC-011 – Projeto Integrador V – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

Objetivos de Aprendizagem

Elaborar e aplicar projetos associados a criação e gestão de Planos de marketing (para a marca/produto/serviço/linha de produtos); construção do manual da identidade visual (logotipo, formulários oficiais – papel timbrado, cartão de visita, envelopes, pastas, uniformes, envelopamento de veículos, etc.); estratégias mercadológicas (posicionamento de mercado e composto de marketing); apresentação dos materiais elaborados referentes ao manual de identidade visual, análises e estratégias de marketing da empresa à comunidade acadêmica.

Ementa

Desenvolvimento prático de Plano de Marketing, marca, produto, serviço, linha de produtos; Identificação visual, logotipo, formulários, papel timbrado, cartão de visita, envelopes, pastas, uniforme, envelopamento de veículos, posicionamento de mercado, composto de marketing.

Metodologias Propostas

As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Trabalhos em grupos





▶ **Bibliografia Básica**

- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Técnicas de pesquisas**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIL, A. C. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- SALOMON, D.V. **Como fazer monografia**. 11. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

▶ **Bibliografia Complementar**

- MEDEIROS, J. B. **Redação Científica: a prática, fichamentos, resumos, resenhas**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- SEVERINO, A.J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008.

6.5.2 – MKS-003 – Gestão de Marketing – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Planejar pesquisas de mercado;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Gerenciar sistemas de informação comerciais;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Preparar o aluno para análise, planejamento e implementação do Marketing, empregando técnicas fundamentadas pelos conceitos de marketing, pelas técnicas de análise de Macro e Microambiente. Levar o aluno ao desenvolvimento do composto de marketing.

▶ **Ementa**

Conceito e desenvolvimento de marketing. Tipos de Mercado. Mix de Marketing. Pesquisa de Marketing. Sistema de Informação de Marketing. Plano de Marketing.

▶ **Metodologias Propostas**

As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.

▶ **Bibliografia Básica**

- FERREL C. C.; HARTLINE M. D. **Estratégias de Marketing**. Rio de Janeiro: Cengage, 2017.
- KOTLER P.; Keller K. L. **Administração de Marketing**. Rio de Janeiro: Pearson, 2018.





- LAS CASAS, A. L. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. São Paulo : Atlas, 2017)

▶ **Bibliografia Complementar**

- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- ZANOTTA. E. B. **Pesquisa de Marketing**: foco na definição do problema e sua solução. São Paulo: Atlas, 2018.]

6.5.3 – MKS-005 – Publicidade e Marketing Digital – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades de mercado;
- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos.]

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

[Promover o conhecimento de estratégias para comunicação em mídias online e offline. Desenvolver uma visão integradora de estratégias de comunicação, de forma que prepare o aluno para conhecer e acompanhar as mudanças sociais, tecnológicas e midiáticas para que possam planejar e implementar estratégias de comunicação com efeitos de manter a organização em evidência e destacar-se no mercado onde atua.]

▶ **Ementa**

[Conceitos gerais de publicidade e marketing digital (estilos de comunicação e integração de ferramentas). Planejamento de propaganda. Mídias off e online – planejamento de mídia. Técnicas de criação para comunicação digital (linguagem e persuasão voltadas para mídia digital). Redes sociais – produção e adequação de conteúdo. Técnicas e aplicações de postagens, Análise e planejamento de ações. Estratégias de conversão e avaliação de desempenho de anúncios.]

▶ **Metodologias Propostas**

[As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.]

▶ **Bibliografia Básica**

- SANT'ANNA, A.; ROCHA, I.; GARCIA, L.F.D. **Propaganda** – teoria, técnica e prática. 9. ed. São Paulo: Cengage, 2015.)
- TORRES, C. **A Bíblia do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec, 2018.]
- TURCHI, S. R. **Estratégias de Marketing Digital e E-commerce**. São Paulo: Atlas, 2018.]

▶ **Bibliografia Complementar**





- AVELAR, J.; RABELLO, L.; AURIANI, M. **Design Digital e Novas Mídias**. São Paulo: Editora Reflexão, 2015.
- MORAES, F. **Planejamento Estratégico Digital**. São Paulo: Saraiva, 2015. |

6.5.4 – MKS-004 – Promoção e Merchandising – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-vendas com clientes;
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais.

Objetivos de Aprendizagem

Conhecer as diferentes práticas de promoção e merchandising a partir de aspectos conceituais e técnicos que compreendem a gestão comercial. |

Ementa

Fundamentos de promoção e merchandising. Promoções de vendas na internet / redes sociais. Realização e operacionalização de promoção de vendas. Ambientação (cor, iluminação, som, aroma). Visual e design de loja. Merchandising na internet / redes sociais. As variáveis que influenciam a compra (promoção de experiências únicas). |

Metodologias Propostas

As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling. |

Instrumentos de Avaliação Propostos

Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais. |

Bibliografia Básica

- CAMPOS, L. M. F. **Promoção, produtos e mercado**. Análise sobre varejo, merchandising e eventos. Rio de Janeiro: InterSaberes, 2019)
- FERNANDES, A. **Visual Merchandising**. Sedução no retalho. Lisboa: FCA, 2018)
- LADEIRA, W.; SANTINI, F. **Merchandising & Promoção de Vendas**. São Paulo: Gen/Atlas, 2018.)

Bibliografia Complementar

- D'ANDREA, R.; CONSOLI, M. A; GUISSONI, L. A. **Shopper marketing**: a nova estratégia integrada de marketing para a conquista do cliente no ponto de venda. São Paulo: Atlas, 2011.
- MALHOTRA, N.; EBSTER, C.; GARAUS, N. **Design de loja e merchandising visual** – criando um ambiente que convida a comprar. São Paulo: Saraiva Uni, 2013. |





6.5.5 – RPC-004 – Comportamento do Consumidor – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Planejar pesquisas de mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

- ▶ [Identificar e compreender os conceitos relevantes para o estudo do comportamento do consumidor.]

▶ **Ementa**

[Fundamentos do comportamento de compra do consumidor. O processo de tomada de decisão. Estilo de vida e consumo. Consumidor em mercados emergentes, abordar as diversidades. Consumidor em ambiente digital. Consumidor como indivíduo: (percepção; atitudes; aprendizagem; motivação e personalidade). Consumidor em seus ambientes social e cultural.]

▶ **Metodologias Propostas**

[As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.]

▶ **Bibliografia Básica**

- BUENO, A. M; ANDRADE, L. M. **Comportamento do consumidor um olhar científico sobre como e porque consumimos**. Rio de Janeiro: InterSaberes, 2020.]
- LIMEIRA, T. M. V. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: SaraivaUni, 2017.]
- SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2016.]

▶ **Bibliografia Complementar**

- [BANOVA, M. R. **Comportamento do Consumidor – vencendo desafios**. São Paulo: Cengage, 2017.
- TREVISAN, N. M; ROCHA, M. D. A. **Comportamento de compra e consumo B2B**. São Paulo: Saraiva Uni, 2017.]





6.5.6 – GPJ-015 – Fundamentos da Gestão de Projetos – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Planejar pesquisas de mercado.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Proporcionar o entendimento dos fundamentos para o gerenciamento de projetos, a compreensão gerencial para a identificação e seleção de métodos, técnicas e ferramentas. Apresentar as atividades práticas de concepção, planejamento, execução, encerramento, análise e controle de projetos.

▶ **Ementa**

Conceitos Fundamentais de Projetos. Relação da Gestão de Projetos com a estratégia organizacional. Processos de gerenciamento de projetos. Gerenciamento da integração do projeto. Metodologias ágeis.

▶ **Metodologias Propostas**

As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.

▶ **Bibliografia Básica**

- COSTA, A. B da.; PEREIRA, F. S. **Fundamentos de gestão de projetos da teoria à prática** – como gerenciar projetos de sucesso. Rio de Janeiro: Intersaberes, 2019)
- MENEZES, L. C. de M. **Gestão de Projetos**. São Paulo: Atlas, 2018)
- MELLO, T. R; CAMARGO, R. A. **Gestão ágil de projetos** – as melhores soluções para as suas necessidades. São Paulo: Saraiva, 2019)

▶ **Bibliografia Complementar**

- CAMARGO, R. A. **PM Visual – Project Model Visual** – Gestão de projetos simples e eficaz. São Paulo: Saraiva, 2018
- MONTEIRO, M.; RABECHINI JR, R. **Fundamentos em gestão de projetos** – construindo competências para gerenciar projetos. São Paulo: Atlas, 2019)





6.5.7 – DDE-016 – Direito Empresarial – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Desenvolver equipes comerciais.

Objetivos de Aprendizagem

Identificar e interpretar os principais conceitos do direito; compreender a terminologia jurídica e principais instrumentos jurídicos aplicados a atividade empresarial e seus riscos inerentes. Propiciar ao aluno, além do conhecimento dogmático, capacidade de apropriar-se do instrumental necessário à análise e aplicação crítica do direito empresarial.

Ementa

A ciência do Direito. Fundamentos do Direito: normas jurídicas, fontes do direito, principais ramos do direito, Estrutura jurídica e Jurisprudência. Noções do direito constitucional, administrativo e tributário. Direito das relações consumeristas. Empresa e empresário. Noções gerais sobre contratos. Desconsideração da personalidade jurídica. Recuperação de Empresas e Falência. Noções gerais sobre títulos de crédito. Empresas e a LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados. Propriedade Industrial.

Metodologias Propostas

As metodologias propostas no processo de aprendizagem serão: Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.

Bibliografia Básica

- TOMAZETTE, M. **Curso De Direito Empresarial: Teoria Geral Do Direito Empresarial e Direito Societário**. 11. ed. São Paulo: Saraiva Jur.: 2020, v. 1.
- COELHO, F. U. **Curso de Direito Comercial: Direito de Empresa**. 22. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, v. 2.
- MAMEDE, G. **Manual de Direito Empresarial**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

Bibliografia Complementar

- SANTA CRUZ, A. **Direito Empresarial**. Volume único. 10. ed. São Paulo: Editora GEN, 2020.
- SACRAMONE, M. B. **Manual de Direito Empresarial**. 2. ed. São Paulo: Saraiva JUR, 2021.





6.5.8 – ING-235 – Inglês V – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Comunica-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

Objetivos de Aprendizagem

Compreender pontos principais e produzir textos como cartas de apresentação, currículos, videocurrículos e prospectos. Comunicar-se com inteligibilidade, mantendo o fluxo contínuo da comunicação. Interagir em situações de entrevistas de emprego. Descrever experiências e desempenho profissional. Falar sobre expectativas, planos futuros, compromissos e decisões. Acompanhar apresentações e reuniões. Expressar opiniões, fornecendo argumentos e justificativas.

Ementa

Aprofundamento do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de repertório léxico-gramatical, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional.

Metodologias Propostas

Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos.

Instrumentos de Avaliação Propostos

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva.

Bibliografia Básica

- HUGES, J. et al. **Business result pre-intermediate**: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738767.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner A2+**. Coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233536.
- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english file 2**: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906395

Bibliografia Complementar

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: pre-Intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455115.





6.6 Sexto Semestre

Sem.	Nº	Sigla	Componente	Oferta	Quantidade de aulas semestrais				
					Presenciais		On-line		Total
					Sala	Lab.	Sala	Lab.	
6º	1	PGC-012	Projeto Integrador VI	Semipresencial	20	-	60	-	80
	2	AGE-030	Gestão Estratégica	Presencial	80	-	-	-	80
	3	ADM-027	Plano de Negócios	Presencial	80	40	-	-	80
	4	AGQ-034	Gestão da Qualidade em Serviços	Presencial	80	-	-	-	80
	5	MKS-006	Fundamentos de Marketing de Serviços	Presencial	40	-	-	-	40
	6	AGF-040	Gestão de Vendas	Presencial	80	-	-	-	80
	7	ING-236	Inglês VI	Presencial	40	-	-	-	40
Total de aulas do semestre					420	40	6060	-	480

6.6.1 – PGC-012 – Projeto Integrador VI – Oferta Semipresencial Síncrona – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação;
- ▶ Elaborar, gerenciar e apoiar projetos, identificando oportunidades e avaliando os riscos inerentes.

Objetivos de Aprendizagem

Possibilitar ao aluno do curso de Gestão Comercial a aplicação dos conteúdos desenvolvidos ao longo do curso por meio da apresentação do Plano de Negócios. Evidenciando o perfil profissional de conclusão previsto no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia. Promover a competência de criação de projetos empresariais viáveis num ambiente competitivo, usando critérios essenciais de empreendedorismo, marketing e gestão.

Ementa

Identificação do público-alvo (descrição de comportamento de compra; Descrição dos pontos de venda (varejo) e estratégias de vendas; Detalhamento dos processos de qualidade implementados no novo negócio; Estrutura e Suporte ao plano de negócios.

Metodologias Propostas

O caminho que será percorrido será o desenvolvimento da aprendizagem baseada em projetos, por meio da orientação e acompanhamento de cada uma das etapas de elaboração do Trabalho de Graduação, que terá como produto principal o plano de negócios, precedido por um capítulo de identificação e análise de oportunidade de negócios, com o uso da aplicação de duas ferramentas de análise de oportunidade. Em cada aula ministrada o aluno poderá apresentar o avanço no plano de negócios, por meio da elaboração de cada





uma das suas etapas, procurando evidenciar a aplicação dos conteúdos curriculares trabalhados nos semestres anteriores.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Na primeira avaliação o grupo de alunos deverá entregar o pré-projeto de pesquisa. O professor fará as devidas correções e entregará um parecer. Para a avaliação final, o grupo de alunos entregará o trabalho concluído. O professor fará as devidas correções e entregará um parecer.

▶ **Bibliografia Básica**

- DORNELAS, J. **Plano de Negócios**: seu guia definitivo. O passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso. 2ª ed. São Paulo: Empreende, 2016.
- MARSHALL, I.; IOSHIKUNI, A. C. et al. **Plano de Negócios**: guia prático de elaboração. São Paulo: FGV Editora, 2014.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Técnicas de pesquisas**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2008.)

▶ **Bibliografia Complementar**

- DORNELAS, J.; BIM, A. et al. **Plano de negócios com o modelo canvas**:- Guia Prático de Avaliação de Ideias de Negócio a Partir de Exemplos. São Grupo Gen. Ebook, 2015.
- NAKAGAWA, M. **Análise 360° de Oportunidade de Negócio**. Disponível em: <https://endeavor.org.br/analise-360-de-oportunidades-de-negocio/>.

6.6.2 – AGE-030 – Gestão Estratégica – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos.
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária.
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado
- ▶ Planejar pesquisas de mercado.
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Desenvolver conhecimentos e habilidades para identificação e análise de ambientes utilizando ferramentas para diagnóstico e tomada de decisão empresarial.

▶ **Ementa**

Estratégia: origens e definição. Estratégia sinérgica ao processo e ao resultado. Análise do Ambiente: ambiente interno: planejamento e perspectiva estratégica, cultura e perspectiva estratégica, aprendizagem e incrementalismo lógico, recursos como fonte de vantagem competitiva, cadeia de valor; ambiente externo: análise do macroambiente, análise dos concorrentes, rivalidade competitiva e sinais de mercado; Ferramentas de Gestão Estratégica; Construção de cenários; Metodologia e técnicas aplicadas para construção de mapas estratégicos.

▶ **Metodologias Propostas**





Aulas expositivas; Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Os instrumentos de avaliação do processo de ensino/aprendizagem serão: Atividades online, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.

▶ **Bibliografia Básica**

- BRUGNOLO FILHO, M.; LUDOVICO, N. [org.] **Gestão estratégica de negócios** – 1.ed. – São Paulo: Saraiva Uni, 2018.
- CAVALCANTI, M; FARAH, O.; MARCONDES, L. **Gestão estratégica de Negócios: Estratégias de crescimento e sobrevivência empresarial**. São Paulo: Cengage, 2018.
- PORTER, M. **Estratégia Competitiva: Técnicas Para Análise de Indústrias e da Concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

▶ **Bibliografia Complementar**

- TERRA, J. C. **10 Dimensões Da Gestão Da Inovação** - Uma abordagem para a transformação organizacional. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.
- COSTA, E. **Administração Estratégica fácil**. São Paulo: Saraiva, 2012.

6.6.3 – ADM-027 – Plano de Negócios – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Planejar pesquisas de mercado;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Instrumentalizar os alunos para a elaboração de um plano de negócios, percorrendo todas as etapas de elaboração, bem como auxiliar na elaboração de um plano de melhoria baseado em inovação, tendo em vista um negócio existente ou Inédito.

▶ **Ementa**

Tendências e oportunidades de negócios. Sumário Executivo. Caracterização da empresa. Análise de Mercado. Estratégia de Negócio. Plano de Marketing e Comercialização. Plano Operacional. Plano Orçamentário Financeiro. Avaliação do Negócio. Plano de Melhoria.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas; Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.





▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[Avaliações individuais, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.]

▶ **Bibliografia Básica**

- OSTERWALDER, A. **Business Model Generation**. Alta Books, 2014.
- PATRÍCIO, P. S.; CÂNDIDO, R. C. (Orgs.). **Empreendedorismo: uma perspectiva multidisciplinar**. Rio de Janeiro: LTC, 2016.
- DORNELAS, J. **Plano de negócios: exemplos práticos**. São Paulo: Editora Empreende, 2018.

▶ **Bibliografia Complementar**

- ANDRADE, A. R. **Planejamento estratégico para pequenas empresas**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019.
- MASCARENHAS, T. **Startup: Aprenda a criar um startup do zero**. São Paulo, 2021.

6.6.4 – AGQ-034 – Gestão da Qualidade em Serviços – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

[Compreender os sistemas de gestão da qualidade no setor de serviços.]

▶ **Ementa**

[Sistemas de gestão da qualidade; o impacto das pessoas, processos e estrutura física na qualidade; indicadores de desempenho da qualidade em serviços: satisfação de clientes; alinhamento do nível da qualidade do serviço com a estratégia do negócio; falhas nas operações de serviços e procedimentos para recuperação do nível de serviço; mecanismos de gestão de qualidade sobre a entrega do serviço; uso da TI para mensurar o nível da qualidade.]

▶ **Metodologias Propostas**

[Aulas expositivas; Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.]

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

[Avaliações individuais, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.]

▶ **Bibliografia Básica**

- LIKER, J. K., ROSS, K. **O Modelo Toyota de Excelência em Serviços: A Transformação Lean em Organizações de Serviço**. Porto Alegre: Bookman, 2019.





- PALADINI, E. P. **Gestão da Qualidade: teoria e prática.** São Paulo: Editora Atlas, 2019.
- BALLESTERO-ALVAREZ, M. E. **Gestão de qualidade, produção e operações.** São Paulo: Atlas, 2019.

▶ **Bibliografia Complementar**

- CORREA, H. L.; GIANESI, I. G. N. **Administração estratégica de serviços: operações para a experiência e satisfação dos clientes.** São Paulo: Atlas, 2019.
- LOBO, R. **Gestão da qualidade.** 2.Ed. São Paulo: Érica, 2019.

6.6.5 – MKS-006 – Fundamentos de Marketing de Serviços – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Apresentar as especificidades do trabalho de marketing em empresas de serviços. Debater a competitividade empresarial considerando a integralização entre produtos e serviços. Capacitar com os conceitos e estratégias de marketing de serviços a fidelização dos clientes e assegurar a satisfação dos consumidores e usuários.

▶ **Ementa**

Contextualização do impacto de serviços na economia global. Conceitos, Estratégias. Características e atributos de marketing de serviços. As interconexões entre marketing, recursos humanos e operações no processo de serviço. O uso de tecnologias no atendimento ao cliente em serviços. Planejamento da Comunicação Integrada para criar valor aos produtos ou serviços da empresa e criar um diferencial.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas; Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações individuais, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.

▶ **Bibliografia Básica**

- COBRA, M. **Marketing de Serviços.** São Paulo: Atlas, 2020.
- LOVELOCK, C., WIRTZ, J., HEMZO, M. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia.** 8. Ed. São Paulo: Saraiva, 2020.





- ZEITHAML, V. A.; RITNER, M. J., GREMLER, D. D. **Marketing de serviços**:- a empresa com foco no cliente. 6. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BATESON, J., HOFFMAN, D. K. **Princípios de marketing de serviços**: conceitos, estratégias e casos. 3. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- SAUERBRONN, J. F. R. **Comunicação Integrada de Marketing**. São Paulo: FGV, 2014.

6.6.6 – AGF-040 – Gestão de Vendas – Oferta Presencial – Total de 80 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos;
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado;
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- ▶ Avalia e emite parecer técnico em sua área de formação.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Constituir profissionais com o conhecimento referente aos princípios da gestão de vendas, implementando técnicas, estratégias e plano de vendas, com competências nas ações promocionais e discernimento frente ao material promocional, bem como o assessoramento nas diretrizes que elencam a aplicabilidade do merchandising.

▶ **Ementa**

Conceitos de Vendas. O processo de vendas e suas etapas (pré-venda, venda e pós-venda). Tipos de Comércio. Planejamento de Vendas. Ética e legislação de Vendas. Técnicas e estratégias de atendimento no ciclo de vendas. Tipos de *merchandising*: *merchandising* no ponto de venda; *merchandising* editorial (*tie-in*); Tipos diversos de materiais de *merchandising*: impressos; displays; materiais suspensos; mídias; folders; móveis; eletrônicos, etc; Promoção de Vendas e Ações Promocionais; Visual Merchandising; Planejamento e desenvolvimento do *merchandising* no PDV; Atmosfera de compra.

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivas; Aprendizado por problemas, Aprendizado por projetos, Aprendizagem entre pares e times, Cultura maker, Design thinking, Ensino híbrido, Estudo de casos, Gamificação, Pesquisas de campo, Rotação por Estações, Sala de Aula Invertida, Seminários e discussões, Storytelling.

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliações individuais, Autoavaliação, Avaliação diagnóstica, Debates, Pesquisas, Produção diversas, Prova dissertativa, Simulados, Trabalhos em grupos, Trabalhos individuais.

▶ **Bibliografia Básica**

- CASTRO, L. T.; NEVES, M. F.; CÔNSOLI, M. A.; **Administração de Vendas**: planejamento, estratégia, gestão. São Paulo: Atlas, 2018.
- COBRA, M. **Administração de Vendas**. São Paulo: Atlas, 2014.





- LADEIRA, W; SANTINI, F. **Merchandising e Promoção de vendas**: como os conceitos modernos estão sendo aplicados no varejo físico e na internet. São Paulo: Atlas, 2018.

▶ **Bibliografia Complementar**

- BLESSA, R. **Merchandising no ponto-de-venda**. 4.Ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- LAS CASAS, A. L. **Administração de Vendas**. 8.Ed. São Paulo: Atlas, 2005. |

6.6.7 – ING-236 – Inglês VI – Oferta Presencial – Total de 40 aulas

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes;
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação.
- ▶ Comunicar-se em língua estrangeira.
- ▶ Desenvolver comunicação interpessoal, compreensão e interpretação em situações que envolvam expressão de ideias, negociação, análise e elaboração de documentos na língua-alvo, na área de atuação profissional.

▶ **Objetivos de Aprendizagem**

Interpretar e produzir textos orais e escritos, relacionados à vida pessoal, profissional e acadêmica. Elaborar, resumir e explicar documentos relacionados à atuação profissional, como relatórios, folhetos e material para o meio virtual. Participar de reuniões, discussões, entrevistas e apresentações orais com maior espontaneidade, polidez e encadeamento de ideias. Falar sobre possibilidades, necessidades, obrigações e permissões. Negociar, estabelecendo condições. |

▶ **Ementa**

Aperfeiçoamento do uso das funções comunicativas da língua inglesa, por meio da compreensão e produção oral e escrita, com uso de repertório léxico-gramatical apropriado, com maior espontaneidade, abordando aspectos socioculturais, nos contextos pessoal, acadêmico, e na área de formação profissional. |

▶ **Metodologias Propostas**

Aulas expositivo-dialogadas, apresentações orais, dramatização (role-play), gamificação e atividades em pares/grupos. |

▶ **Instrumentos de Avaliação Propostos**

Avaliação Formativa - exercícios para prática e produção oral e escrita ao longo do curso (com feedback e plano de ações); Avaliação Somativa - provas ou trabalhos, individuais ou em grupo, que avaliem tanto a escrita e leitura, quanto a oralidade e compreensão auditiva. |

▶ **Bibliografia Básica**

- HUGES, J. et al. **Business result pre-intermediate**: student's book with online practice. 2nd edition. New York: Oxford University Press, 2017. ISBN 9780194738767.
- O'KEEFFE, M. et al. **Business partner A2+**: coursebook with digital resources. São Paulo: Pearson Universidades, 2020. ISBN 9781292233536.





- OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American english file 2**: student's book Pk with online practice. 3rd edition. New York: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780194906395

▶ **Bibliografia Complementar**

- CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching english to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. ISBN 9781138824676.
- POWELL, M. et al. **In Company 3.0**: pre-intermediate. 3rd edition. São Paulo: Macmillan do Brasil, 2015. ISBN 9780230455115. |





7. Outros Componentes Curriculares

7.1 Trabalho de Graduação

Previsão deste componente no CST em Gestão Comercial.

Sigla	Total de horas	Obrigatoriedade
TGC-004 / TGC-005	160 horas	Obrigatório a partir do 5º Semestre

Competências desenvolvidas neste componente (profissionais e socioemocionais)

- ▶ Articular e decidir sobre as vendas em negócios diversos.
- ▶ Avaliar e emitir parecer técnico em sua área de formação
- ▶ Definir métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente.
- ▶ Desenvolver relacionamentos pós-venda com clientes.
- ▶ Elaborar análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado.
- ▶ Gerenciar a área comercial de uma organização.
- ▶ Gerenciar sistemas de informações comerciais.
- ▶ Planejar pesquisas de mercado.
- ▶ Realizar estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária.

Objetivos de Aprendizagem

- ▶ Identificar e aplicar os tipos de pesquisa e métodos científicos de acordo com a proposta do curso e a linha de observação e tratamento adotado pelos autores, o projeto deve assumir responsabilidade em entregar uma pesquisa científica e/ou tecnológica, de acordo com normas aplicáveis. E por consequência, entregar o produto deste esforço criativo – científico.

Ementa

Articulação entre teoria e prática com o desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa, envolvendo conhecimentos e atividades da área do curso, devidamente orientados pelo docente. O projeto de Graduação (Conclusão de Curso) é uma exigência curricular na formação acadêmica e profissional dos Cursos de Tecnologia e consiste no desenvolvimento de um projeto de estudo individual sobre temas do conteúdo dos cursos e relacionado à prática profissional do aluno. Desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa e construção de textos específicos, envolvendo conhecimentos e atividades da área do curso, devidamente orientados pelo docente. O resultado deverá ser apresentado por meio da elaboração de uma monografia, relatório tecnológico, artigo, projeto, análise de casos, desenvolvimento de (instrumentos, equipamentos ou protótipos) e levantamento bibliográfico, com publicação das contribuições, entre outros.

Bibliografia Básica

- MARTINS Junior, Joaquim. **Como Escrever Trabalhos de Conclusão de Curso**. Petrópolis: Vozes, 2008. Livro 1 (obrigatório constar 3 itens na bibliografia básica)
- MENDES, G; TACHIZAWA, T. **Como fazer monografia na prática**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.
- GREENHALGH, Trisha. **Como ler artigos científicos**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

Bibliografia Complementar





- SEVERINO, A.J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008. |





7.2 Estágio Curricular Supervisionado

Previsão deste componente no CST em Gestão Comercial.

(Caso o componente **não seja previsto**, apagar este texto, a tabela abaixo e todo conteúdo até o próximo subtítulo. Caso **seja previsto**, favor apagar este parágrafo explicativo e não alterar o texto após a tabela)

Sigla	Total de horas	Obrigatoriedade
EGC-003	240 horas	Obrigatório a partir do 4º Semestre

Objetivos de Aprendizagem

Dentro do setor de Tecnologia em Gestão Comercial, o aluno será capaz de desenvolver habilidades para analisar situações; resolver problemas e propor mudanças no ambiente profissional; buscar o aperfeiçoamento pessoal e profissional, na aproximação dos conhecimentos acadêmicos com as práticas de mercado; vivenciar as organizações e saber como elas funcionam; perceber a integração da faculdade/empresa/comunidade, identificando-se com novos desafios da profissão, ampliando os horizontes profissionais oferecidos pelo mundo do trabalho.

Ementa

O Estágio Curricular Supervisionado complementa o processo de ensino-aprendizagem através da aplicação dos conhecimentos adquiridos no CST em Gestão Comercial em situações reais no desempenho da futura profissão. O discente realiza atividades práticas, desenvolvidas em ambientes profissionais, sob orientação e supervisão de um docente da faculdade e um responsável no local de estágio. Equiparam-se ao estágio as atividades de extensão, de monitoria, iniciação científica e/ou desenvolvimento tecnológico e inovação* na Educação Superior, desenvolvidas pelo estudante.

* As atividades de pesquisa aplicada desenvolvidas em projetos de iniciação científica e/ou iniciação em desenvolvimento tecnológico e inovação, se executadas, podem ser equiparadas como Estágio Curricular ou como Trabalho de Graduação, desde que sejam comprovadas, no mínimo, as cargas horárias totais respectivas a cada atividade, sem haver sobreposição.

Bibliografia Básica

OLIVO, S; LIMA, M. C. Estágio supervisionado e trabalho de conclusão de curso. Thomson Pioneira, 2006.

MARTINS Junior, Joaquim. Como Escrever Trabalhos de Conclusão de Curso. Petrópolis: Vozes, 2008.

GREENHALGH, Trisha. Como ler artigos científicos. Porto Alegre: Artmed, 2008.

Bibliografia Complementar

Bibliografia Complementar

[SEVERINO, A.J. Metodologia do Trabalho Científico. 23. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 2008 |





8. Quadro de Equivalências (em caso de reestruturação)

O Quadro de equivalências é utilizado somente quando o curso passa por reestruturação e quando se verifica a necessidade de apontar a equivalência entre componentes curriculares.

No CST em Gestão Comercial, [são previstas] equivalências de carga horária entre matrizes curriculares.

[





Componentes da área de Comunicação - (matriz anterior)	CH	Nome do componente (matriz vigente)	CH
▶ Português I	▶ 40	▶ Comunicação e Expressão	▶ 80
▶ Português II	▶ 40		
▶ Português III	▶ 40		
▶ Espanhol I	▶ 40	▶ Espanhol I	▶ 40
▶ Espanhol II	▶ 40	▶ Espanhol II	▶ 40
▶ Espanhol III	▶ 40	▶ Espanhol II	▶ 40
▶ Inglês I	▶ 40	▶ Inglês I	▶ 40
▶ Inglês II	▶ 40	▶ Inglês II	▶ 40
▶ Inglês III	▶ 40	▶ Inglês III	▶ 40
▶ Inglês IV	▶ 40	▶ Inglês IV	▶ 40
▶ Inglês V	▶ 40	▶ Inglês V	▶ 40
▶ Inglês VI	▶ 40	▶ Inglês VI	▶ 40
Componentes da área de Sistemas da Informação - (matriz anterior)	CH	Nome do componente (matriz vigente)	CH
▶ Informática	▶ 80	▶ Fundamentos de Informática	▶ 40
▶ Sistemas da Informação e Banco de Dados	▶	▶	▶
▶ Sistemas da Informação Financeiros	▶	▶	▶
▶ Sistemas da Informação em Recursos Humanos	▶	▶	▶
▶ Sistemas da Informação Comercial	▶	▶	▶
Componentes da área Básicas - (matriz anterior)	CH	Nome do componente (matriz vigente)	CH
▶ Administração Geral	▶	▶ Administração Geral	▶ 80
▶ Fundamentos de Matemática Elementar	▶ 40	▶ Fundamentos de Matemática Elementar	▶ 40
▶ Matemática Financeira Aplicada	▶ 80	▶ Matemática Financeira	▶ 80
▶ Estatística Básica	▶ 40	▶ Estatística Aplicada a Gestão	▶ 40
▶ Economia	▶ 80	▶ Economia	▶ 80
Componentes da área de Gestão - (matriz anterior)	CH	Nome do componente (matriz vigente)	CH
▶ Cadeia de Suprimentos	▶ 80	▶ Cadeia de Suprimentos	▶ 80
▶ Gestão de Processos	▶ 80	▶ Gestão de Processos	▶ 80
▶ Gestão Financeira e Orçamentária	▶ 80	▶ Gestão Financeira e Orçamentária	▶ 80
▶ Contabilidade	▶ 40	▶ Contabilidade e Custos	▶ 80
▶ Gestão de Pessoas	▶ 80	▶ Gestão de Pessoas	▶ 80
▶ Comunicação Interna e Endomarketing	▶ 40	▶ Comunicação Interna e Endomarketing	▶ 40
▶ Técnicas de Negociação	▶ 40	▶ Técnicas de Negociação	▶ 40
▶ Gestão de Marketing	▶ 80	▶ Gestão de Marketing	▶ 80
▶ Publicidade e Propaganda	▶ 80	▶ Publicidade e Marketing Digital	▶ 80
▶ Promoção e Merchandising	▶ 40	▶ Promoção e Merchandising	▶ 40
▶ Plano de Negócios	▶ 80	▶ Plano de Negócios	▶ 80
▶ Gestão Estratégica	▶ 80	▶ Gestão Estratégica	▶ 80
▶ Noções de Qualidade em Serviços	▶ 40	▶ Gestão da Qualidade	▶ 80
▶ Negócios Eletrônicos	▶	▶	▶
Componentes da área interdisciplinar - (matriz anterior)	CH	Nome do componente (matriz vigente)	CH
▶ Liderança e Motivação	▶	▶	▶
▶ Empreendedorismo em Negócios	▶ 80	▶ Empreendedorismo e Inovação	▶ 80
▶ Comportamento do Consumidor	▶ 40	▶ Comportamento do Consumidor	▶ 40





▶ Responsabilidade Socioambiental	▶ 40	▶ Responsabilidade Socioambiental	▶ 40
▶ Direito do Consumidor	▶ 40	▶ Direito Empresarial	▶ 80
▶ Direito Comercial e Tributário	▶ 40	▶ Direito Empresarial	▶ 80
Componentes da área de atividades transversais/multidisciplinares - (matriz anterior)	CH	Nome do componente (matriz vigente)	CH
▶ Métodos para Produção do Conhecimento	▶ 40	▶ Métodos para a Produção do Conhecimento	▶ 40
▶ Sociedade e Cultura	▶	▶ Sociedade e Cultura	▶ 40
▶ Criatividade e Inovação	▶ 40	▶ Empreendedorismo e Inovação	▶ 80
▶ Responsabilidade Socioambiental	▶ 40	▶ Responsabilidade Socioambiental	▶ 40
▶ Direito do Consumidor	▶ 40	▶ Direito Empresarial	▶ 80
▶ Direito Comercial e Tributário	▶ 40	▶ Direito Empresarial	▶ 80
▶ PRIMT I – Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia	▶ 80	▶ Projeto Integrador I	▶ 80
▶ PRIMT II – Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia	▶ 80	▶ Projeto Integrador II	▶ 80
▶ PRIMT III – Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia	▶ 80	▶ Projeto Integrador III	▶ 80
▶ PRIMT IV – Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia	▶ 80	▶ Projeto Integrador IV	▶ 80
▶ PRIMT V – Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia	▶ 80	▶ Projeto Integrador V	▶ 80
▶ PRIMT VI – Programa de Integração Multidisciplinar em Tecnologia	▶ 80	▶ Projeto Integrador VI	▶ 80
Projeto de Graduação - (matriz anterior)	CH	Nome do componente (matriz vigente)	CH
▶ Trabalho de Graduação em Gestão Comercial I	▶ 80	▶ Trabalho de Graduação em Gestão Comercial I	▶ 80
▶ Trabalho de Graduação em Gestão Comercial II	▶ 80	▶ Trabalho de Graduação em Gestão Comercial II	▶ 80





9. Perfis de Qualificação

9.1 Corpo Docente

Para o exercício do magistério nos cursos de Educação Profissional Tecnológica de Graduação, a resolução CNE de nº1 (BRASIL, 2021) prevê que o docente deve possuir a formação acadêmica exigida para o nível superior, nos termos do art. 66 da Lei de nº 9394 (BRASIL, 1996).

A qualificação do corpo docente do CST em (Gestão Comercial) atende o disposto no art. 1º, incisos I, II, e 1º da Deliberação CEE de nº 145, prevendo professores portadores de diploma de pós-graduação *stricto sensu*, obtidos em programas reconhecidos ou recomendados na forma da lei, e portadores de certificado de especialização em nível de pós-graduação na área da disciplina que pretendem lecionar. Além do perfil de qualificação supracitados, para os professores de disciplinas profissionalizante exige-se experiência profissional relevante na área que se irá lecionar. (SÃO PAULO, 2016).

9.2 Auxiliar Docente e Técnicos-Administrativos

A qualificação dos auxiliares docente atente ao disposto previsto na Lei Complementar de nº 1044 (SÃO PAULO, 2008), conforme previsto no artigo 12, inciso III, em que o auxiliar docente necessita ser portador de diploma de formação em Educação Profissional Técnica de Nível Médio, com habilitação específica na área de atuação.

O corpo técnico-administrativos inerentes ao CST em (Nome do Curso) é composto por Diretor de Unidade de Ensino, Coordenador de Curso, Diretor de Serviço Acadêmico, Diretor de Serviço Administrativo, Auxiliar Administrativo e Bibliotecário.

9.2.1 Relação dos componentes com respectivas áreas

Para descrição da relação entre componentes curriculares e área, foi consultada a Tabela de Áreas, Versão 2.19.0, publicada em 14/10/2022.

(Status “Componente existente”: verificar SEMPRE se o componente já existe na Tabela de Áreas e relacionar as mesmas áreas. Status “Novo componente”: consultar a tabela de especificidades para verificar o impacto que essa adição ocasionará em outros cursos vigentes. “Áreas Existentes”: Duplique a caixa de dropdown para identificar mais de uma área no mesmo componente. Favor apagar esta explicação).

	Componente	Status	Áreas existentes
1º Semestre			
1	Projeto Integrador I	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional Somente docentes que ministrem disciplinas profissionais, conforme discriminadas no PPC vigente do respectivo curso
2	Administração Geral	Componente existente	Administração e negócios
3	Responsabilidade Socioambiental	Componente existente	Ciências ambientais e Saneamento Ciências Biológicas Ciências políticas e econômicas
4	Fundamentos de Matemática Elementar	Componente existente	Matemática e Estatística
5	Fundamentos de Informática	Novo componente	Ciência da computação
6	Comunicação e Expressão	Componente existente	Letras e Linguística
7	Espanhol I	Componente existente	Letras e Linguística





	Componente	Status	Áreas existentes
8	Inglês I	Componente existente	Letras e Linguística
9	Desenvolvimento de Competências Socioemocionais	Novo componente	Psicologia Administração e negócios
2º Semestre			
1	Projeto Integrador II	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional Somente docentes que ministrem disciplinas profissionais, conforme discriminadas no PPC vigente do respectivo curso
2	Contabilidade e Custos	Componente existente	Contabilidade e Finanças
3	Empreendedorismo e Inovação	Componente existente	Administração e negócios
4	Matemática Financeira	Componente existente	Administração e negócios, Matemática e Estatística, Contabilidade e Finanças
5	Espanhol II	Componente existente	Letras e Linguística
6	Inglês II	Componente existente	Letras e Linguística
7	Gestão de Processos	Componente existente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção
3º Semestre			
1	Projeto Integrador III	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional Somente docentes que ministrem disciplinas profissionais, conforme discriminadas no PPC vigente do respectivo curso
2	Economia	Componente existente	Contabilidade e Finanças, Administração e Negócios, Ciências Políticas e Econômicas
3	Gestão Financeira e Orçamentária	Componente existente	Contabilidade e Finanças Administração e negócios Ciências políticas e econômicas
4	Fundamentos de Comunicação Empresarial	Novo componente	Letras e Linguística Administração e negócios Jornalismo e reportagem
5	Espanhol III	Componente existente	Letras e Linguística
6	Sistemas de Informação	Novo componente	Ciência da computação Engenharia da computação
7	Sociedade e Cultura	Componente existente	Artes e Moda Filosofia, Sociologia e Ética
8	Espanhol III	Componente existente	Letras e Linguística
9	Inglês III	Componente existente	Letras e Linguística
4º Semestre			
1	Projeto Integrador V	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional Somente docentes que ministrem disciplinas profissionais, conforme discriminadas no PPC vigente do respectivo curso
2	Gestão de Pessoas	Componente existente	Administração e negócios Psicologia
3	Técnicas de Negociação	Componente existente	Administração e negócios
4	Cadeia de Suprimentos	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção
5	Comunicação Interna e Endomarketing	Componente existente	Administração e negócios Comunicação visual e Multimídia Design de produto e Arquitetura Marketing e Publicidade
6	Estatística Aplicada a Gestão	Componente existente	Engenharia e Tecnologia de Produção Matemática e Estatística
7	Tecnologia e Cultura	Novo componente	Filosofia, Sociologia e Ética
8	Métodos para a Produção do Conhecimento	Componente existente	INTERDISCIPLINAR - Básica ou Profissionalizante





	Componente	Status	Áreas existentes
9	Inglês IV	Componente existente	Letras e Linguística
5° Semestre			
1	Projeto Integrador V	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional Somente docentes que ministrem disciplinas profissionais, conforme discriminadas no PPC vigente do respectivo curso
2	Gestão de Marketing	Componente existente	Marketing e Publicidade Administração e negócios
3	Publicidade e Marketing Digital	Novo componente	Marketing e Publicidade e Administração e Negócios
4	Promoção e Merchandising	Componente existente	Marketing e Publicidade Artes e Moda Comunicação visual e Multimídia Design de produto e Arquitetura
5	Fundamentos de Gestão de Projetos	Novo componente	Administração e negócios Engenharia e Tecnologia de Produção
6	Direito Empresarial	Componente existente	Direito
7	Comportamento do Consumidor	Componente existente	Marketing e Publicidade
8	Inglês V	Componente existente	Letras e Linguística
6° Semestre			
1	Projeto Integrador VI	Novo componente	Sem área específica: Componente profissional Somente docentes que ministrem disciplinas profissionais, conforme discriminadas no PPC vigente do respectivo curso
2	Gestão Estratégica	Componente existente	Administração e negócios
3	Plano de Negócios	Componente existente	Administração e negócios
4	Gestão da Qualidade em Serviços	Novo componente	Administração e negócios, Engenharia e Tecnologia da Produção
5	Gestão de Vendas	Novo componente	Marketing e Publicidade Administração e negócios
6	Inglês VI	Componente existente	Letras e Linguística
7	Fundamentos de Marketing de Serviços	Novo componente	Administração e negócios Marketing e Publicidade





10. Infraestrutura Pedagógica

10.1 Resumo da infraestrutura disponível

O quadro a seguir resume a infraestrutura disponível para utilização do CST em Gestão Comercial. O detalhamento, assim como a relação com os componentes curriculares estão adiante.

Qntd.	Laboratórios ou Ambientes	Localização	Especificações (capacidade, etc)
1	Auditório	Na unidade	Capacidade de 220 pessoas
1	Biblioteca	Na unidade	Com acervo, mesas de estudo e computadores
1	Sala de Integração Criativa/ Espaço Maker	Na unidade	Em implantação
5	Laboratório de Informática Básica	Na unidade	1 laboratório com 40 computadores e 4 laboratórios com 20 computadores
1	Sala de Estudos	Na unidade	Sala com mesas, cadeiras pontos de internet para estudo em grupo.
6	Salas de Aulas	Na unidade	Salas para 40 alunos, com datashow e ventiladores.

10.2 Laboratórios ou ambientes de aprendizagem associados ao desenvolvimento dos componentes curriculares

Tipo do laboratório ou ambiente	Localização
Auditório	Na unidade
Detalhamento	
Capacidade para 220 pessoas	
Componente	Semestre
▶ Auditório de uso de todos os alunos do curso em palestras, simpósios, colações de grau e outros eventos acadêmicos.	1º Semestre 2º Semestre 3º Semestre 4º Semestre 5º Semestre 6º Semestre

Tipo do laboratório ou ambiente	Localização
Biblioteca	Na unidade
Detalhamento	
Capacidade para 88 pessoas	
Componente	Semestre
▶ Biblioteca com acervo para o curso, dispõe de mesas para estudo e oito computadores com acesso à internet.	1º Semestre 2º Semestre 3º Semestre 4º Semestre 5º Semestre 6º Semestre

Tipo do laboratório ou ambiente	Localização
Sala de Integração Criativa/ Espaço Maker	Na unidade
Detalhamento	
Sala com impressora 3D e espaço para desenvolvimento de projetos	
Componente	Semestre
▶ Empreendedorismo e Inovação; ▶ Cadeia de Suprimentos; ▶ Plano de Negócios	2º Semestre 4º Semestre 6º Semestre





Tipo do laboratório ou ambiente Salas de Aulas	Localização Na unidade
Detalhamento	
Laboratórios com computadores e acesso a internet. São 4 laboratórios com 20 computadores e 1 laboratório para 40 pessoas.	
Componente	Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Salas de aulas exclusivas para todas as disciplinas do CST em Gestão Comercial com Datashow e ventiladores. 	1º Semestre 2º Semestre 3º Semestre 4º Semestre 5º Semestre 6º Semestre

Tipo do laboratório ou ambiente Laboratório de Informática Básica	Localização Na unidade
Detalhamento	
Laboratórios com computadores e acesso a internet. São 4 laboratórios com 20 computadores e 1 laboratório para 40 pessoas.	
Componente	Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Projeto integrador I ▸ Fundamentos de Informática 	1º Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Projeto Integrador II ▸ Empreendedorismo em Negócios 	2º Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Projeto Integrador III ▸ Sistemas de Informação 	3º Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Projeto Integrador IV ▸ Estatística Aplicada a Gestão 	4º Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Projeto Integrador V ▸ Fundamentos de Gestão de Projetos 	5º Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Projeto Integrador VI ▸ Plano de Negócios 	6º Semestre

Tipo do laboratório ou ambiente Sala de Estudos	Localização Na unidade
Detalhamento	
Sala climatizada com espaço comum com mesa, cadeiras e pontos de acesso à internet, comporta aproximadamente 50 pessoas. Há ainda três salas individuais que acomodam mais cinco pessoas cada.	
Componente	Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Todos os alunos do curso fazem uso desta sala para estudos individuais ou em grupo. 	1º Semestre 2º Semestre 3º Semestre 4º Semestre 5º Semestre 6º Semestre

10.3 Apoio ao Discente

Conforme previsto em legislação, e com o objetivo de proporcionar às discentes melhores condições de aprendizagem, a Fatec Araraquara - R-10 oferece programas de apoio discente, tais como: recepção de calouros, atividades de nivelamento, programas de monitoria, bolsas de intercâmbio, representação em órgãos colegiados e ouvidoria.





11. Referências

- BRASIL. Decreto nº 4281, de 25/06/2002. Regulamenta a Lei nº 9795, de 215 de abril de 1999, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/d4281.htm Acesso em: 23 fev. 2022.
- BRASIL. Decreto nº 5626, de 22/12/2005. Regulamenta a Lei nº 10436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm Acesso em: 11 maio 2022.
- BRASIL. Lei nº 9394, de 20/12/1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19394.htm Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Lei nº 9795, de 215/04/1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19795.htm Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Lei nº 10436, de 24/04/2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110436.htm Acesso em: 11 maio 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia. Brasília: MEC, 2016. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=98211-cnct-2016-a&category_slug=outubro-2018-pdf-1&Itemid=30192 Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 1, de 05/01/2021. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=167931-rcp001-21&category_slug=janeiro-2021-pdf&Itemid=30192 Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CP nº 1, de 17/06/2004. Institui Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/res012004.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.
- BRASIL. Ministério da Educação. Classificação Brasileira de Ocupações. 2017. Disponível em: <http://cbo.maisemprego.mte.gov.br> Acesso em: 02 mar. 2022.
- CEETEPS. Deliberação nº 12, de 14/12/2009. Aprova o Regulamento Geral dos Cursos de Graduação das Faculdades de Tecnologia do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/regulamento_geral_fatecs.pdf Acesso em: 02 mar. 2022.
- CEETEPS. Deliberação nº 31, de 215/09/2016. Aprova o Regimento das Faculdades de Tecnologia - Fatecs - do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://cesu.cps.sp.gov.br/wp-content/uploads/2022/03/regimento_fatecs.pdf Acesso em: 02 mar. 2022.
- CEETEPS. Deliberação nº 70, de 16/04/2021. Estabelece as diretrizes para os cursos de graduação das FATECs do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: https://www.imprensaoficial.com.br/DO/BuscaDO2001Documento_11_4.aspx?link=%2f2021%2fexecutivo%2520secao%2520i%2fabril%2f16%2fpag_0060_3132249dd1158dacd542517123687d84.pdf&pagina=60&data=16/04/2021&caderno=Executivo%20I&paginaordenacao=100060 Acesso em: 02 mar. 2022.
- SÃO PAULO. Deliberação CEE nº 106, de 16/03/2011. Dispõe sobre prerrogativas de autonomia universitária ao Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CEETEPS. Disponível em: <http://www.ceesp.sp.gov.br/ceesp/textos/2011/25-2011-DEL-106-2011-e-IND-109-2011.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.
- SÃO PAULO. Deliberação CEE nº 145, de 215/07/2016. Fixa normas para a admissão de docentes para o exercício da docência em cursos de estabelecimentos de ensino superior, vinculados ao sistema estadual de ensino de São Paulo, e os percentuais de docentes para os processos de credenciamento, recredenciamento, autorização de funcionamento, reconhecimento e renovação de reconhecimento. Disponível em: <http://www.ceesp.sp.gov.br/ceesp/textos/2016/286-05-Del-145-16-Ind-150-16.pdf> Acesso em: 02 mar. 2022.
- SÃO PAULO. Lei Complementar nº 1044, de 13/05/2008. Institui o Plano de Carreiras, de Empregos Públicos e Sistema Retributório dos servidores do Centro Estadual de Educação Tecnológica "Paula Souza" - CEETEPS. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei.complementar/2008/alteracao-lei.complementar-1044-13.05.2008.html> Acesso em: 08 mar. 2022.





12. Referências das especificidades locais

BASSETTO, C. F. Nível de Escolaridade e Mercado de Trabalho em Araraquara: Uma Visão Panorâmica Atual. In: CASAGRANDE, E.; JARDIM, M. C. (Eds.). **Araraquara dos anos 2000: Uma perspectiva a partir de olhares**. 1. ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. p. 136–151.

CAGED. Perfil do Município: Araraquara. Disponível em: https://bi.mte.gov.br/bgcaged/caged_perfil_municipio/index.php. Acesso em 18 nov 2022.

IBGE CIDADES. Araraquara. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/araraquara/pesquisa/35/29951> >. Acesso em: 18 nov 2022.

JARDIM, M. C.; PORCIONATO, G. L. O mercado de trabalho gerado pelas obras do PAC em Araraquara. In: CASAGRANDE, E. E.; JARDIM, M. C. (Eds.). **Araraquara dos anos 2000 uma perspectiva a partir de diferentes olhares**. 1. ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. p. 80–100.

RAIS. **Sistema de dados**. Brasília, 2019. Disponível em: <<http://bi.mte.gov.br/bgcaged/login.php>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

SEADE, F. S. E. DE A. DE D. **IMP - Informações dos Municípios Paulistas**. São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://pib.seade.gov.br/municipal/http://www.imp.seade.gov.br/frontend/>>. Acesso em: 18 nov. 2022.

SINCOMÉRCIO REGIONAL DE ARARAQUARA. Informações de Araraquara. Disponível em: <<https://sincomercioararaquara.com.br/informacoes-de-araraquara/>>. Acesso em: 18 nov 2022.

TOLEDO, R. A.; PRANDO, R. A.; COLOMBO, L. A. Tendencias electorales en Araraquara: análisis de la representatividad partidaria en el Poder Legislativo en el período 1964-2008. **Revista de Estudios Brasileños**, v. 2, n. 3, 2015.]

