



CAMPUS TAGUATINGA CENTRO

PLANO DE CURSO

**CURSO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL TÉCNICO DE NÍVEL MÉDIO
SUBSEQUENTE EM COMÉRCIO**

**Brasília – DF
2014**

Ministério da Educação

Ministro de Estado da Educação: Henrique Paim

Secretário de Educação Profissional e Tecnológica: Aléssio Trindade de Barros

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia

Reitoria

Reitor: Wilson Conciani

Pró-Reitorias

Pró-Reitora de Pesquisa e Inovação: Luciana Miyoko Massukado

Pró-Reitor de Administração: Simone Cardoso dos Santos Penteado

Pró-Reitora de Desenvolvimento Institucional: Roseane Cavalcante de Souza

Pró-Reitor de Ensino: Adilson César de Araújo

Pró-Reitor de Extensão: Giano Luis Copetti

Campus Taguatinga Centro

Diretor Geral: Eduardo Dias Leite

Diretor de Ensino: Germano Teixeira Cruz

Coordenação Geral de Ensino: Simone Braz Ferreira Gontijo

Coordenação do Curso Técnico em Comércio: Richard Wilson Borrozine de Siqueira

Identificação da Instituição

Mantenedora

Razão Social: Ministério da Educação

Sigla: MEC

CNPJ: 00.394. 445/0124-52

Mantida

Razão Social: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

Sigla: IFB

CNPJ: 10. 791.831/0001-82

Categoria: Pública

Esfera administrativa: Federal

Reitoria

Endereço: SGAN 610, Módulos D, E, F e G, Brasília, DF, CEP 70860-100

Fone/Fax: +55(61) 2103-2154

Portal: www.ifb.edu.br

Campus Taguatinga Centro

Endereço: QSD A/E 01, LT 04, 1º. Andar, Ed. Spazio Duo, Pistão Sul, Taguatinga, Distrito Federal.

Fone: +55(61) 2196-2050 (Recepção)

Portal: www.ifb.edu.br

MODALIDADE SUBSEQUENTE

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios	
1 Habilitação: Carga Horária:	Técnico em Comércio 840 h 160 h (Estágio curricular supervisionado) 1000 h
1.1 Qualificação: Carga Horária:	Assistente Administrativo 280 h
1.2 Qualificação: Carga Horária:	Assistente de Vendas 280 h
1.3 Qualificação: Carga Horária:	Supervisor de Compras 280 h

SUMÁRIO

	Apresentação.....	5
1.	Histórico da Instituição	6
2.	Caracterização da Região	7
3.	Justificativa	11
4.	Objetivo.....	13
5.	Requisito de Acesso para o curso Técnico em Comércio.....	14
6.	Perfil Profissional de Conclusão	
7.	Organização Curricular	16
8.	Critérios de Aproveitamento de Conhecimentos e Experiências Anteriores	47
9.	Critérios de Avaliação da Aprendizagem	48
10.	Certificados e Diplomas	51
11.	Corpo Docente	52
12.	Instalações e Equipamentos	53

APRESENTAÇÃO

A função social do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília – IFB é garantir a formação integral do profissional-cidadão crítico-reflexivo, com base num método educacional científico-tecnológico-humanístico, onde a atuação ética e isenta dos profissionais formados por essa instituição resulte em benefícios sociais, políticos e culturais e na construção de uma sociedade mais igualitária.

O IFB atua desde a educação profissional de técnicos de nível médio e formação inicial e continuada de trabalhadores até a oferta de profissionalização tecnológica de graduação, pós-graduação e na formação de professores fundamentadas na construção do conhecimento.

Para cumprir sua finalidade institucional o IFB tem como missão: “Produzir e difundir o conhecimento científico e tecnológico no âmbito de educação profissional, por meio do ensino, de pesquisa e de extensão para a formação profissional e cidadã, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do Distrito Federal” conforme seu plano institucional.

Como parte do plano de expansão da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação, o IFB passou a oferecer, no Campus de Taguatinga, a partir do segundo semestre de 2010, o Curso Técnico em Comércio Subsequente ao Nível Médio.

Foram realizados levantamentos junto à administração local, sindicatos, conselhos de classe, comunidades e outros, a fim de obter informações que apontassem o potencial socioeconômico e a carência de mão-de-obra regional para direcionar o curso nas diversas modalidades de ensino.

O Curso Técnico em Comércio procura atender às demandas locais em conformidade com os fundamentos legais que orientam a educação brasileira e será oferecido aos estudantes que tenham concluído o ensino médio.

1 . HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO

A Escola Técnica Federal de Brasília foi transformada em Instituto Federal no dia 29 de dezembro de 2008, porém sua origem remonta ao final da década de 50, com a criação da Escola Agrotécnica de Brasília, em Planaltina, subordinada à Superintendência do Ensino Agrícola e Veterinária do Ministério da Agricultura, tendo como objetivo de ministrar os cursos regulares dos antigos Ginásio e Colegial Agrícola.

A Escola de Planaltina foi criada em 17 de fevereiro de 1959 pelo Plano de Metas do Governo do Presidente Juscelino Kubitschek (Lei nº 3.552 de 16 de fevereiro de 1959 e Exposição de Motivos n 95 – DOU de 19/02/1959) e inaugurada em 21 de abril de 1962 com a denominação de Escola Agrotécnica de Brasília, subordinada à Superintendência do Ensino Agrícola e Veterinário do Ministério da Agricultura.

Por meio do Decreto nº 60.731 de 19 de maio de 1967, determinou-se a subordinação das Escolas Agrícolas do Ministério da Agricultura ao Ministério da Educação e da Cultura. Com a extinção da Escola Didática do ensino agrário, os colégios de aplicação voltaram a ter a denominação anterior de Colégio Agrícola de Brasília.

O Colégio Agrícola de Brasília foi transferido para o Governo do Distrito Federal por meio do Decreto nº 82.711 de 24 de novembro de 1978.

A partir da Portaria nº 129 de 18 de julho de 2000, o Colégio Agrícola de Brasília passou a denominar-se Centro de Educação Profissional – Colégio Agrícola de Brasília (CEP/CAB) cujo funcionamento tinha como objetivo a qualificação e re-qualificação profissional, objetivando a realização de Cursos de Formação Inicial e Continuada de Trabalhadores e Cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio, direcionados à demanda mercadológica, principalmente na sua área de abrangência.

A transformação do Centro de Educação Profissional/CAB em Escola Técnica Federal de Brasília se dá em 25 de outubro de 2007 por meio da Lei nº 11.534.

Em 29 de dezembro de 2008, visando atender ao Plano Federal de Educação Tecnológica na implantação de um novo modelo de instituição de educação profissional e tecnológica, é criado, por intermédio da Lei 11.892, como entidade de natureza autárquica, vinculada ao Ministério da Educação, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília e seus cinco Campi, entre eles, o Campus de Taguatinga.

2 . CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO

O Campus Taguatinga Centro está situado na Região Administrativa III – “RA III”, do Distrito Federal e tem como objetivo atender prioritariamente as regiões de Taguatinga, Guará, Águas Claras, Riacho Fundo I e SCIA.

2.1. Taguatinga¹

Taguatinga é considerada a capital econômica do [Distrito Federal](#), com importante [centro comercial](#) e pólo de atração para a população das regiões próximas. Foi projetada com a finalidade de ser uma cidade dormitório, tendo sido fundada oficialmente em junho de 1958, em terras que antes pertencia à Fazenda Taguatinga, nome de origem indígena que significa “ave-branca”. Não raro, é chamada pelos habitantes locais simplesmente como "Taguá".

Em dezembro de 1964, passou a ser denominada RA III, em cujo território incluía o núcleo urbano de Ceilândia. Em 1989, por força da Lei que criou mais quatro novas RA no DF, Taguatinga sofreu redução de território por desmembramento de Ceilândia e pela cessão de área para o surgimento de Samambaia.

¹ Coletânea de Informações Socioeconômicas – RA X – Taguatinga (2013).

A área urbana é dividida em setores: Central, Hoteleiro, Industrial, Gráfico, Norte e Sul, possuindo ainda uma área rural composta pelas Colônias Agrícolas Samambaia, Vereda da Cruz, Vicente Pires – Lotes 26 a 55 e 81 a 310 e pelo Setor de Mansões leste.

Em 2003, foi desmembrada também de Taguatinga a Região Administrativa Águas Claras e, em 2009, a última a ser criada foi Vicente Pires - RA XXX. Em 2011, a população de Taguatinga foi estimada em 214.282

2.2. Águas Claras²

O bairro de Águas Claras foi criado pela necessidade de novos espaços urbanos para comportar a crescente procura por habitação.

Em 1984, englobava as quadras QS 01 a QS 09 ímpares e o antigo Setor de Áreas Complementares. Em 1989, foi regularizada a invasão denominada Vila Areal, configurando as quadras pares do Bairro (QS 06 a QS 10). Em 16 de dezembro de 1992 foi editada a Lei nº 385, autorizando a implantação do Bairro Águas Claras e aprovando o Plano de Ocupação, motivo pelo qual é considerada a data de sua criação.

O Bairro tem vocação de ocupar a área de expansão urbana prevista no Plano Diretor de Ordenamento Territorial (PDOT), com limitações devido às restrições ambientais. A intensa atividade de exploração de cascalho no sítio, onde hoje se insere o Bairro, tornou o local impróprio para atividades rurais e, viabilizou a sua recuperação com as atividades de construção de estruturas ambientais urbanas tais como ruas, praças, parque e edifícios.

Seu projeto partiu da linha do Metrô como elemento estruturador. Ao longo do eixo da via foram localizadas as principais atividades de comércio e serviço, escolas, postos de saúde e hospitais. Foram projetadas zonas de uso urbano, assim categorizadas: Área Central (parques urbanos, comércio e serviços), Centros Secundários (residências e atividades típicas de bairros), Áreas de Uso Misto (residências e comércio local), Quadras Residenciais (residências multifamiliares, a exemplo das Super Quadras de Brasília), Área de Comércio, Serviços de Abastecimento (para armazéns e atividades industriais), Áreas de Centros Comerciais e Empresariais ("Shopping Centers", hipermercados etc). A RA é entrecortada pelos trilhos do Metrô do Distrito Federal, que atravessam a cidade de um extremo ao outro, dividindo-a nas porções territoriais sul e norte. Ao longo do trajeto, foram construídas quatro estações denominadas de

²

Coletânea de Informações Socioeconômicas – RA XX – Águas Claras (2013).

Arniqueiras, Águas Claras, Concessionárias e Estrada Parque (essa última em construção, conforme dados da Companhia do Metropolitano do DF.

2.3 Guará³

A construção do Guará foi iniciada em 1967 para absorver o contingente populacional oriundo de invasões, núcleos provisórios e funcionários públicos. As primeiras oitocentas residências foram construídas por meio do sistema de mutirão. Como já existia desde 1964 a Vila Guará, próxima ao Setor de Indústria, essa área foi escolhida para abrigar a nova cidade. Sua inauguração ocorreu em 21 de abril de 1969, após a segunda fase de construção de residências ocorrida em 1968.

Seu nome se deve ao córrego Guará, que corta sua área e que provavelmente foi assim batizado em homenagem ao lobo-guará, espécie comum no Planalto Central.

A região é formada de área urbana, composta do Guará I e II, Quadras Econômicas Lúcio Costa - QELC, Setor de Indústria e Abastecimento - SIA, Setor de Transporte Rodoviário de Cargas - STRC, Setor de Oficinas Sul - SOFS, Setor de Clubes e Estádios Esportivo Sul - SCEES, Setor de Inflamáveis – SIN, Guarazinho, Vila ZHIS - Zona Habitacional de Interesse Social, Jóquei Clube de Brasília e Parque do Guará. Em 27 de janeiro de 2004 a Lei nº 3.315, eleva a Invasão da Estrutural, que até então estava inserida no espaço territorial do Guará, à categoria de Região Administrativa passando a constituir a RA XXV – Setor Complementar de Indústria e Abastecimento.**2.4 Riacho Fundo⁴**

O Riacho Fundo, criado logo após a inauguração de Brasília, localiza-se às margens do ribeirão Riacho Fundo. Esta área era para ser uma vila residencial aos funcionários, a origem do nome deste município foi de uma granja chamada Riacho Fundo.

Para acabar com as favelas na periferia das cidades e núcleos urbanos, o Governo criou o programa de assentamento e, como parte desse programa, e em 13 de março de 1990, loteou a Granja Riacho Fundo transferindo para lá os moradores da Invasão do Bairro Telebrasilândia e outras localidades do Distrito Federal.

Em 1993, foi desmembrado da Região do Núcleo Bandeirante, transformando-se na RA XVII em 1994. Logo depois foi criado o parcelamento do Riacho Fundo II, como parte integrante do Riacho Fundo I, que em 2003 passou a ser uma nova Região Administrativa.

³ Coletânea de Informações Socioeconômicas – RA X – Guará (2013).

⁴ Coletânea de Informações Socioeconômicas – RA XVII – Riacho Fundo (2013).

A área urbana da Região Administrativa do Riacho Fundo hoje está dividida no antigo bairro transferido da Telebrasília (atual QN 01) e formada também pelas Quadras Sul (QS); Quadras Norte (QN); Área Central (AC) e Setor de Oficina e Pequenas Indústrias (QOF). Sua população foi estimada em 2013, em 37.278 habitantes.

2.5 Setor Complementar de Indústria e Abastecimento – SCIA ⁵

A origem desta região é o lixão existente desde o início da construção de Brasília, às margens da rodovia Estrutural (DF-095), onde surgiram alguns barracos de catadores de lixo. No início dos anos 90 contava com pouco menos de 100 domicílios, sendo posteriormente transformada em Vila Estrutural pertencente à Região Administrativa do Guará. Em 1989, foi criado o Setor Complementar de Indústria e Abastecimento – SCIA em frente à vila, no lado oposto da Via Estrutural, época em que se previa a remoção da Estrutural, para outro local.

Várias tentativas foram realizadas neste sentido, mas em janeiro de 2004 o SCIA foi transformado na Região Administrativa XXV englobando a Estrutural como sua sede urbana (Lei nº 3.315). Atualmente, a área ocupada pela Estrutural passa por um processo de valorização, pois é a aglomeração urbana mais próxima de Brasília. No entanto, é a região com menor renda domiciliar mensal do Distrito Federal, com população estimada em 35.801 habitantes.

3 . JUSTIFICATIVA

As razões que justificam a oferta do Curso Técnico em Comércio no *Campus* Taguatinga Centro estão ancoradas na realidade sócio-econômica da região que vêm apresentando um significativo crescimento nos últimos anos e da importância dada pelas Regiões Administrativas circunvizinhas aos setores de comércio e serviços, onde o Campus Taguatinga se insere.

Com o processo de globalização, iniciado no século XX, o setor terciário da economia (comércio e serviços) foi o que mais se desenvolveu no mundo.

O estudo “A Competitividade nos Setores de Comércio, de Serviços e do Turismo no Brasil: Perspectivas até 2015”⁶ realizado pela Confederação Nacional do Comércio (CNC) e pelo Sebrae revela que nos países desenvolvidos, o setor terciário representa, em média, 70% do Produto Interno

⁵

Coletânea de Informações Socioeconômicas – RA XXV – SCIA (2013).

⁶ Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. A competitividade nos setores de Comércio, de serviços e do Turismo no Brasil: Perspectivas até 2015: Cenários Econômicos/Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). – Brasília: CNC; Sebrae, 2008. 72 p.

Bruto(PIB). As atividades produtivas tendem a migrar dos setores primário e secundário (agropecuária e indústria) para o comércio e prestação de serviços, à medida que a vida e economia tornam-se mais urbanas. Esse movimento vem ocorrendo no Brasil desde a década de 70. Nos últimos anos, o setor terciário tem registrado crescimento real a taxas superiores ou próximas às da indústria.

No Distrito Federal, os setores de comércio e serviços vêm se destacando como ocupação predominante da população, apresentando um percentual de 87,85 % em relação aos demais setores de atividade (Tabela 5) e essa tendência se repete nas regiões contempladas pelo Campus Taguatinga Centro (Tabela 6).

Tabela 5 - População Ocupada segundo os Setores de Atividades do Distrito Federal – em 2012

SETORES DE ATIVIDADES	OCUPADOS (em mil)	Percentual
Indústria de Transformação	46	3,62
Construção Civil	88	6,93
Comércio	238	18,75
Serviço	877	69,10
Outros	20	1,57
Total População (Campus)	1.269	100,0

Fonte: PED/DF – Convênio SETRAB/GDF, SEADE/SP e DIEESE, 2012

Nas regiões administrativas que serão contempladas pelo *Campus* Taguatinga Centro, de acordo com os dados da PDAD – Pesquisa Distrital por Amostras de Domicílios (2004), 32,7% da população residente em Taguatinga (RA III), exerce atividades relacionadas ao comércio e serviços, bem como os moradores de Riacho Fundo I (RA XVII) 51,77%, Águas Claras (RA XX) 36,42%, e SCIA (RA XXV), 66,48%.

Tabela 6 - População Urbana Residente, por atividade principal remunerada, segundo os setores

Setor de Atividade	Taguatinga RA III		Riacho Fundo I RA XVII		Águas Claras RA XX		SCIA RA XXV	
	População	%	População	%	População	%	População	%
COMÉRCIO	26.236	28,38	4.547	26,01	10.667	17,96	2.883	21,31
SERVIÇOS DOMÉSTICOS	2.048	2,22	419	2,40	1.014	1,71	927	6,85
SERVIÇOS EM GERAL	19.197	20,78	4.083	23,36	9.955	16,75	5.181	38,32

TOTAL	47.481	51,38	9.049	51,77	21.636	36,42	8.991	66,48
--------------	---------------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------	--------------	--------------

Fonte: Adaptado de SEPLAN/CODEPLAN – Pesquisa Distrital por Amostras de Domicílios – PDAD 2013

Nesse cenário, amplia-se a necessidade da formação profissional, voltada à qualificação de mão-de-obra que atenda às demandas das transformações ocorridas no mundo do trabalho. As pesquisas realizadas pelo PDAD corroboram a necessidade de maiores investimentos na capacitação e no desenvolvimento dos recursos humanos visando integrar a demanda dos setores de comércio e serviços das regiões administrativas contempladas no Campus Taguatinga à oferta de cursos técnicos profissionais.

4. OBJETIVO

4.1. Geral

O curso Técnico em Comércio, como apresentado nessa proposta, tem como objetivo principal:

- Capacitar os profissionais inseridos no mercado e os que nele pretendem se ingressar, oferecendo conhecimento prático e teórico nas atividades de comércio e viabilizando condições para que o estudante desenvolva as competências e habilidades profissionais.

4.2. Específicos

Ao final do Curso TÉCNICO EM COMÉRCIO o aluno será capaz de:

- Analisar potencial de clientes e assessorar os vendedores no processo de venda;
- Participar, organizar e auxiliar o processo de compras e vendas, bem como verificar as viabilidades econômicas e financeiras para efeito de planejamento empresarial;
- Atuar de forma proativa nas decisões da organização, demonstrando liderança, iniciativa, sensatez e flexibilidade no ambiente de trabalho;

- Assessorar na estrutura e no funcionamento da empresa com base na sua meta e nos seus objetivos, por meio das diretrizes, dados e informações contidas no planejamento estratégico, tático e operacional das empresas;
- Acompanhar o processo de comercialização, distribuição e armazenagem de produtos e serviços;
- Atuar no desenvolvimento do planejamento de recursos humanos, marketing, logística e comercialização.

5. REQUISITOS DE ACESSO PARA O CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO

O Curso Técnico em Comércio será ofertado aos estudantes que possuem certificado de conclusão do ensino médio ou equivalente de acordo com a lei. O estudante só poderá ingressar no curso se no ato da matrícula apresentar o certificado de conclusão conforme exigido.

O processo seletivo será divulgado por meio de edital publicado na Imprensa Oficial, no sítio da instituição e, em pelo menos um jornal local de grande circulação, com indicação dos requisitos, condições e sistemática do processo, além do número de vagas oferecidas.

Tanto a Constituição Federal quanto a LDB (Lei nº 9.394/1996) enfatizam como princípio básico a orientar o ensino "a igualdade de condições para o acesso e a permanência na escola". Neste sentido, o Instituto Federal de Brasília - IFB, por intermédio dos seus órgãos colegiados, define através do sistema de cotas, estratégias específicas de seleção dos seus estudantes, de sorte a contemplar as situações diferenciadas, até mesmo como uma forma de equalizar as oportunidades de ingresso àqueles que, sem a definição de cotas específicas, jamais teriam, garantidos os seus direitos de ingresso nos cursos em questão.

6. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

As políticas, os programas e as práticas pedagógicas do Instituto Federal de Brasília – *Campus* Taguatinga Centro - deverão propiciar condições para que os egressos da Educação Profissional subsequente ao Nível Médio apresentem um perfil caracterizado por competências básicas e profissionais que lhes permitam desenvolver com segurança suas atribuições profissionais e lidar com contextos caracterizados por mudanças, competitividade, necessidade permanente de aprender, rever posições e práticas, desenvolver e ativar valores, atitudes e crenças, analisar

tendências de mercado, elaborar estratégias de negócios e de marketing adequadas a cada caso, utilizando conceitos administrativos, econômicos e comerciais.

O técnico em Comércio é o profissional que aplica métodos de comercialização de bens e serviços, visando à competitividade no mercado e atendendo às diretrizes organizacionais. Comunica previsões de demanda aos fornecedores, efetua controle quantitativo e qualitativo de produtos e procede a sua armazenagem no estabelecimento comercial. Operacionaliza planos de marketing e comunicação, logística e recursos humanos e comercialização. Deverá ser um indivíduo empreendedor, responsável, criativo, crítico, diligente, pontual, consciente da ética, com espírito de liderança e participante do processo transformador da sociedade. Para tanto, deve desenvolver competências gerais e específicas, sendo as mesmas descritas a seguir. **6.1. Competências Específicas do Técnico em Comércio**

As Competências Profissionais Específicas do Técnico de Comércio, entre outras, incluem:

- Atuar no planejamento das organizações.
- Pesquisar viabilidades econômicas e financeiras para efeito de planejamento empresarial.
- Elaborar estratégias comerciais.
- Manter a ética nas atividades comerciais.
- Participar, organizar e auxiliar o processo de compras.
- Participar, organizar e auxiliar o processo de vendas.
- Planejar técnicas de atendimento.
- Controlar entrada e saída de mercadorias.
- Elaborar informes e relatórios.
- Sugerir modelos para os sistemas de controle financeiro.

6.2 Campo de atuação profissional

O Técnico em Comércio, no exercício pleno de suas atribuições, poderá atuar em instituições públicas, privadas e no comércio em geral, podendo exercer, entre outros, os seguintes cargos ou funções:

- Assistente em vendas;
- Auxiliar de compras;
- Coordenador de vendas e serviços;
- Supervisor de unidades varejistas;
- Coordenador da área mercadológica;

- Empreendedor em negócios comerciais próprios.

O Técnico em Comércio é um profissional qualificado apto a realizar a prospecção de mercado e promover a venda de produtos e serviços por meio de contatos estabelecidos com clientes com vista à sua satisfação e fidelização. É um profissional qualificado a exercer funções em empresas públicas e privadas.

7. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

O Curso Técnico em Comércio subsequente ao Nível Médio será oferecido na forma de modular, composto por três módulos que correspondem a um semestre cada, totalizando um ano e meio de duração, com carga horária total de 1.000 horas. Os módulos são organizados em componentes curriculares. A Matriz Curricular é composta por 24 componentes curriculares (ver Tabela 8) que somam 840 horas e 160 horas de estágio curricular supervisionado.

O curso prevê certificações após a conclusão de cada módulo, sendo que para receber o diploma de Técnico em Comércio, o aluno deverá comprovar a conclusão do ensino médio ou equivalente e realizar o estágio curricular supervisionado.

7.1. Estrutura Modular ou Semestral

O Curso Técnico em Comércio obedece ao disposto na Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996; no Decreto Federal nº 2.208, de 17 de abril de 1997; na Portaria MEC nº 646, de 14 de maio de 1997; na Portaria MEC nº 1.005, de 10 de setembro de 1997; no Parecer CNE/CEB nº 17/97, de 03 de dezembro de 1997, no Parecer nº 16/99, de 5 de outubro de 1999; na Resolução CNE/CEB nº 04/99 que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico.

A Estrutura Modular tem por características:

- Atendimento às demandas dos cidadãos, do mercado e da sociedade;
- Conciliação das demandas identificadas com a vocação, a capacidade institucional e os objetivos do Instituto Federal de Brasília e do *Campus Taguatinga Centro*;
- Articulação modular das competências;
- Flexibilidade curricular que permita a qualificação profissional ao término de cada módulo;
- Certificações intermediárias proporcionadas a um conjunto de competências técnicas, identificadas no mercado de trabalho, permeadas por competências que

complementam a formação profissional, tais como: relação interpessoal, ética profissional, empreendedorismo, gestão;

- Carga horária semestral, programada de forma a otimizar o período total para a execução do curso, respeitando a carga horária mínima de cada área, de acordo com a legislação vigente.

7.2. Componentes curriculares

O curso está organizado sob a forma de módulos, atendendo competências requeridas pela área do comércio. Apresenta uma organização curricular flexível, possibilitando a educação continuada e permitindo ao aluno acompanhar as mudanças de forma autônoma e crítica.

A combinação entre teoria e prática é considerada como estratégia para o desenvolvimento das competências necessárias à formação técnica. O enriquecimento de conhecimentos se dá, também, através de visitas técnicas, sendo escolhidas empresas, feiras, congressos e outros eventos relacionados à área, bem como palestras, monitorias dentro e fora da instituição e estágio de conclusão de curso.

A forma de organização do currículo do Curso de Técnico em Comércio considera as necessidades apresentadas pelo mercado de trabalho tendo em vista a empregabilidade dos alunos e a melhoria da qualidade dos serviços oferecidos no setor do comércio a nível local e regional.

Tabela 8 – Matriz Curricular do Curso Técnico em Comércio subsequente ao Ensino Médio

Componente Curricular	CH Semestral h/a	CH Semestral h	CH Semanal
Módulo I (Assistente Administrativo)			
Leitura e Produção de Texto I	40	33,3	2
Gestão de Pessoal	40	33,3	2
Introdução à Informática	40	33,3	2
Direito do Consumidor e empresarial	40	33,3	2
Fundamentos de Administração	40	33,3	2
Economia	40	33,3	2
Organização e Sistemas de Métodos	20	16	1
Ética e Responsabilidade Social	20	16	1
Total	280	231,8	14
Módulo II (Assistente de Vendas)			
Leitura e Produção de Texto II	40	33,3	2

Informática Aplicada e Comércio Eletrônico	40	33,3	2
Direito do Trabalho	20	16	1
Contabilidade	40	33,3	2
Matemática Financeira	40	33,3	2
Administração de Marketing	40	33,3	2
Inglês	40	33,3	2
Gestão e Técnica de Vendas	20	16	1
Total	280	231,8	14
Módulo III (Supervisor de Compras)			
Espanhol	40	33,3	2
Estatística	40	33,3	2
Introdução a Finanças	20	16	1
Processo e Gestão de Compras	40	33,3	2
Logística e Recursos Patrimoniais	40	33,3	2
Custos e Formação de Preços	40	33,3	2
Empreendedorismo	40	33,3	2
Gestão de Qualidade	20	16	1
Total	280	231,8	14

ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO - 160 h Enfoque Pedagógico do Currículo

A metodologia proposta para desenvolver o currículo por competências deverá:

- Incentivar a construção da aprendizagem;
- Valorizar o conhecimento adquirido, usando-o na (re)construção de novos;
- Dar ênfase aos saberes prévios do estudante;
- Ter visão crítica da sociedade existente, seus conflitos e suas contradições;
- Desenvolver capacidade de trabalho e aprendizagem grupal e individual.

A escolha de Planos de trabalho para desenvolver a aprendizagem, no currículo organizado por competências, tem como objetivo favorecer a criação de estratégias de organização dos conhecimentos escolares:

- Em relação ao tratamento da informação;

- Na interação dos diferentes conteúdos em torno de problemas ou hipóteses que facilitam a construção de conhecimentos;
- Na transformação das informações, oriundas dos diferentes saberes, em conhecimento próprio.

O tema do problema ou Plano de trabalho poderá ser selecionado a partir da realidade social ou profissional, ou proposta pelos estudantes ou pelo professor, dependendo da escolha de sua relevância dentro do currículo.

7.4. Itinerário Formativo

O Curso Técnico em Comércio será desenvolvido em três módulos de aprendizagem, articulados e estruturados de acordo com os Referenciais Curriculares do MEC/SETEC pertencendo ao eixo de Gestão e Negócios. Cada módulo contempla um conjunto de competências e habilidades, visando à construção do perfil do profissional, sendo facultado ao aluno, se aprovado, ingressar em qualquer módulo, quando da existência de vagas ou oferta do mesmo, dando flexibilidade ao sistema. A distribuição das bases tecnológicas e dos componentes curriculares nos módulos, ao longo do curso, segue uma sequência lógica de construção de conhecimentos dentro de cada um deles que, aliados à prática profissional ou Estágio Curricular Supervisionado, visam garantir ao estudante uma excelente formação.

O estágio curricular supervisionado terá uma carga horária de 160 horas, e poderá ser realizado a partir do final do Módulo - Formação Básica. O Regulamento da Prática Profissional especificará todas as necessidades e exigências para a realização do mesmo. Os casos especiais de prática profissional serão avaliados e aprovados pelo Colegiado do Curso e pela Diretoria de ensino, pesquisa e extensão.

7.3. Duração do Curso em Horas

O curso possui uma carga horária total de 840 horas, sendo distribuídas em no mínimo 3 (três) semestres letivos.

7.4. Estratégias Pedagógicas

No curso diversas estratégias pedagógicas poderão ser utilizadas no sentido de ampliar a formação dos estudantes, entre estas, temos:

- Exercícios.

- Visitas técnicas a empresas e feiras da área comercial e varejo.
 - Interpretação e discussão de textos técnicos.
 - Apresentação de vídeos técnicos.
 - Jogos empresariais.
 - Apresentação de seminários.
 - Trabalhos de pesquisa.
 - Trabalhos em equipe.
 - Relatórios de ensaios e atividades desenvolvidas em aula ou atividade extra-aula.
 - Execução e apresentação de planos.
 - Realização de “Projeto Interdisciplinar” que desenvolva e articule as competências e habilidades trabalhadas durante o módulo.
- Competências, Habilidades, Bases Tecnológicas e Componentes Curriculares**

MÓDULO - FORMAÇÃO BÁSICA		Carga horária: 280 h	
Título da Qualificação: Assistente administrativo (CBO / 4110-10)			
Descrição Sumária:			
Executam serviços de apoio nas áreas de recursos humanos, administração, finanças e logística; atendem fornecedores, fornecendo informações sobre produtos e serviços; tratam de documentos variados, cumprindo todo o procedimento necessário para a concessão de microcrédito a microempresários, atendendo clientes em campo e nas agências, prospectando clientes.			
Competências	Habilidades	Bases Tecnológicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Gêneros textuais; Leitura e Produção de Texto; Escrita argumentativa e Criativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produzir textos adequados à norma padrão, fluentes e com coerência; • Compreender os diferentes textos apresentados pela sociedade e as diferentes perspectivas neles integradas 	<ul style="list-style-type: none"> • Bases argumentativas; • Categorias discursivas e gêneros textuais; • Leitura e interpretação de textos; • Resumo, resenha, ideias fundamentais e de apoio. 	Leitura

<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade para identificar cenários e propor políticas de como lidar com pessoas no ambiente de trabalho. • Compreensão dos mecanismos de retenção de talentos e valorização do capital intelectual em pequenas, médias e grandes empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estar apto a implantar e gerir os processos básicos na captação, manutenção e monitoração da força de trabalho. • Conhecer as principais técnicas de planeamento de recursos humanos. • Compreender a estrutura básica de organizações da área comercial, identificação de cargos e aplicação de pessoas. • Saber identificar ações de liderança, estímulos à criatividade e inovação da força de trabalho em empresas comerciais. • Reconhecer as melhores praticas de monitoração das pessoas, visando o atingimento de objetivos e metas e melhoria contínua do desempenho das pessoas e da 	<ul style="list-style-type: none"> • Níveis de planeamento, elementos básicos da gestão, aspectos norteadores: visão, missão, planeamento estratégico de RH. • Processos de recrutamento e seleção de pessoas. • Processo de aplicação de pessoas, Descrição e análise de cargos. • Métodos de avaliação de desempenho. Processo de treinamento e desenvolvimento de pessoas. • Learning Organization. • Maneiras de recompensar pessoas. • Clima e cultura organizacional. Higiene, segurança do trabalho. • Banco de dados e controle. • O perfil do profissional de 	<p style="text-align: center;">Gestão de Pessoas (40 Horas)</p>
---	--	---	--

	<p>organização.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saber acompanhar as novas tendências na gestão de pessoas e sua adequada aplicação em empresas da área comercial. 	<p>Gestão de Pessoas da atualidade.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer modelos de bancos de dados. • Conhecer programas de acesso à internet, edição de textos e planilhas e apresentação de slides. 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar bancos de dados sobre clientes, fornecedores, produtos e concorrência. • Organizar arquivos. • Realizar tarefas de digitação de textos e elaboração de planilhas. • Realizar pesquisas e coletas de informações na Internet. • Criar apresentações usando slides. • Elaborar planilhas e gráficos. • Fazer cópias de segurança de dados 	<ul style="list-style-type: none"> • Criação e organização de atalhos, pastas, diretórios, configurações básicas e manutenção básica do sistema operacional. • Utilização da Internet com o objetivo de pesquisa educacional e formatação correta. • Digitação e Formatação de: textos, tabelas, convites, folders, cartões de apresentação. • Apresentação de slides. • Planilhas e gráficos • Cópias de segurança de dados armazenados no 	<p>Introdução à Informática (40 horas)</p>

	<p>armazenados no computador.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fazer uso dos softwares antivírus. 	<p>computador.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Softwares antivírus. • Compactação e descompactação de arquivos. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar aspectos da legislação consumerista e empresarial relacionados à atividade comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar consumidor e fornecedor quanto aos seus direitos e obrigações. • Identificar os prazos vigentes na relação de consumo. • Compreender a estrutura dos órgãos e instituições de defesa do consumidor. • Diferenciar as atividades das pessoas físicas e jurídicas • Compreender os tipos de sociedades empresariais 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceito de consumidor e fornecedor. • Direitos básicos do consumidor. • Responsabilidade do Fornecedor e suas excludentes. • Prazos aplicáveis à relação de consumo. • Publicidade consumerista. • Práticas abusivas • Estruturação e acesso aos órgãos e instituições de defesa do consumidor • Diferença entre Pessoa física e pessoa jurídica. • Conceitos da Atividade Empresarial • Legislação aplicada às Microempresas • Legislação aplicada ao Microempreendedor individual 	<p style="text-align: center;">Direito do Consumidor e Empresarial (40 Horas)</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Adotar um comportamento ético e socialmente responsável na gestão comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Agir eticamente no processo decisório. • Agir eticamente frente às questões de natureza legal, social e cultural. • Aplicar os conceitos de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável na empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • A ética e a moral. • As teorias éticas empresariais atuais. • A tomada de decisão do ponto de vista ético. • Código de ética adotado pelas organizações. • Interesses dos Stakeholders. • Desenvolvimento Sustentável. • Responsabilidade Social Corporativa. Ferramentas de responsabilidade social. Balanço social. • Governança corporativa. Corrupção e negócios. Diversidade e consumo consciente. 	<p align="center">Ética e Responsabilidade Social (20 Horas)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Compreender os processos de planejamento, organização, direção e controle de empresas da área 	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer os processos de planejamento de empresas da área comercial. • Saber identificar 	<ul style="list-style-type: none"> • A administração e suas perspectivas. Antecedentes históricos. A empresa e seus conceitos. Setores de uma empresa. Tipos e 	<p align="center">Fundamentos de Administração (40 Horas)</p>

<p>comercial.</p>	<p>estruturas e tipos de empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saber identificar a departamentalização das empresas. • Conhecer as principais atribuições e rotinas dos setores de uma empresa. • Entender a hierarquia das empresas através do organograma. • Conhecer os processos de motivação, liderança, comunicação e qualidade de vida em pequenas, médias e grandes empresas. • Compreender os mecanismos de monitoração e controle de resultados. 	<p>classificação das empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abordagem clássica da administração. Elementos que contém as empresas. • Teoria Clássica da Administração. Confronto entre a Teoria Clássica e a Administração Científica • A administração científica e suas consequências para a gestão das empresas. • O que é Burocracia? Disfunções da Burocracia. • Importância dos ambientes interno e externo das organizações. • Abordagem Humanística e comportamental da Administração. • Motivação no trabalho e estilos de liderança; • Avaliação de desempenho no trabalho. 	
-------------------	--	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> • Controle de resultados e vantagem competitiva; A importância do Marketing. • Responsabilidade social e ética; • O enfoque sistêmico na Gestão Comercial. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Compreender as variáveis econômicas e seus impactos sobre o controle de empresas da área comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceito e objeto de estudo. • Demanda e oferta. • Mercados concorrenciais. • Conceitos básicos da teoria econômica vinculados a análise macroeconômica. • A economia política da globalização e as novas relações com a economia internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, pensar estrategicamente, da tomada de decisão; • Refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção; • Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos, administrativos e de controle; • Ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças 	<p>Economia (40 Horas)</p>

		e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;	
<ul style="list-style-type: none"> Compreender o conjunto de atividades administrativas, voltadas para a obtenção e melhoria nos resultados, abrangendo os seguintes recursos humanos, Materiais e Tecnológicos, abordados através de técnicas científicas, aspectos comportamentais e instrumentais, tanto no ambiente interno quanto externo da organização 	<ul style="list-style-type: none"> Organização empresarial e de seus componentes estruturais. Distribuição, processamento e métodos de trabalho Implantação de projetos de mudança organizacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Estimular o aluno para a busca do conhecimento científico para implantação dentro da organização, onde se encontram inseridos; Analisar perfis de liderança; Debater conteúdos abordados em sala de aula e assuntos inerentes ao dia a dia empresarial; Conhecer vários tipos de sistemas gerenciais; Realizar seminários para esclarecimento de conceitos estudados; Fomentar a necessidade de busca contínua ao aprendizado organizacional; Verificar e analisar diversos modelos de organizações e suas hierarquias; 	<p align="center">Organização e Sistemas de Métodos (20 Horas)</p>

BIBLIOGRAFIA

PÉCORA, A. **Problemas de redação** - texto e linguagem. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

SOUZA, L. M.; CARVALHO, S. W. **Compreensão e produção de textos**. Petrópolis, Rio Janeiro: Vozes, 1995.

VIANA, A. C. (Coord.). **Roteiro de redação** - lendo e argumentando. São Paulo: Scipione, 1998.

Chiavenato, Idalberto. **Gestão de Pessoas; o novo papel dos recursos humanos nas organizações**/ Rio de Janeiro : Campus, 2013.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão de pessoas: Modelo, processos, tendências e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2002.

Gil, Antonio Carlos. **Gestão de Pessoas**.: São Paulo. Atlas.2001.

Hunter, James C. **O monge e o Executivo**. Rio de Janeiro. Sextante, 2004.

Militão, Albigenor & Rose. **Jogos, Dinâmicas & Vivências Grupais** - Rio de Janeiro : Qualitymark Editora, 2000.

Filme **TEORA X, TEORIA Y**. Douglas McGregor. Código 29350M / 05 min.

Filme: **A MOTIVAÇÃO SEGUNDO HERZBERG**. Siamar: Códito 26720M / 12 min.

Filme: **MASLOW: A HIERARQUIA DAS NECESSIDADES**. Siamar. Código 26500M / 06 min.

CAPRON, H.L. Johnson, J.A. **Introdução à Informática**. 8ª edição. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2004.

VELLOSO, Fernando de Castro. **Informática: Conceitos Básicos**. 7ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier / Campus, 2004.

HALVORSON, M. E Young, M. **Guia Autorizado Microsoft Office 2000 Profissional**. São Paulo. Makron Books, 2001.

OLIVEIRA, José Paulo Moreira de. **Como Escrever Textos Técnicos**. 2ª edição revista e atualizada. São Paulo. CENGAGE Learning, 2012.

COLETO, Aline Cristina; ALBANO, Cícero José. **Direito aplicado a cursos técnicos**. Livro Técnico: Curitiba, 2010.

DUMORTOUT DE MENDONÇA, Andrea. **Direito na gestão empresarial - Aspectos Teóricos e Práticos**. Editora: Nobel, 2011.

FERNANDES NETO, Guilherme. **Cláusulas, práticas e publicidades abusivas: O Abuso do Direito no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor**. 1ª ed. Editora Atlas, 2012.

GLADSTON, Mamede. **Empresa e Atuação Empresarial - Col. Direito Empresarial Brasileiro - Vol. 1 - 7 Ed.** Editora: Atlas, 2013

GUSMÃO, Mônica. **Lições de Direito Empresarial**. 10 ed. São Paulo: Lumen Juris, 2011.

LEITE, Roberto Basilone. **Introdução ao Direito do Consumidor**. 7ª ed. Editora LTR: São Paulo, 2011.

LOUREIRO, Luiz Guilherme. **Curso completo de direito civil**, Editora Método: São Paulo, 2010.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor** . 6ª Edição. Editora RT: São Paulo, 2011

RIZZATTO NUNES, Luiz Antonio. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 7ª ED. Editora Saraiva: São Paulo, 2012

TOKARS, Fábio. Primeiros Estudos de Direito Empresarial. Editora LTR: São Paulo, 2007

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. Campus. 2009.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Fundamentos de Administração**. São Paulo,: Alas, 2009.

JOHNSTON, Robert e CLARK, Graham. **Administração de operações de serviço**. 1ª. edição. São Paulo. Atlas, 2002.

RIBEIRO, Antônio de Lima. **Teorias da Administração**. São Paulo. Ed. Saraiva. 2006.

WEITZ, Barton A. e LEVY, Michael. **Administração de varejo**. 1ª. edição. São Paulo. Atlas, 2000.

Filme **FAYOL: Como administrar**. Siamar: Código 25540M / 06 min.

Filme **FREDERICK TAYLOR**. Siamar: Código 25540M / 08 min.

Filme **O FATOR HUMANO**. Elton Mayo. SIAMAR: Código 25200M / 11 min.

SILVA, Roberta Teixeira. **A importância da responsabilidade social nas empresas**. Editora Juarez de Oliveira, 2007.

ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à economia. São Paulo: Atlas, 2003.

VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; GARCIA, Manuel Enriques. Fundamentos de economia. São Paulo: Saraiva. 2008

MANKIWI, N. Gregory Introdução à economia: princípios de micro e macroeconomia. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005.

CURY, Antonio. Organização e Métodos: Uma Visão Holística. 8ª ed., São Paulo: Atlas, 2007.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria Geral da Administração: 1ª ed., São Paulo: Atlas, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a Teoria Geral da Administração: 7ª ed., Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CASTRO, M.M., OLIVEIRA, A. **A gestão ética, competente e consciente**. Makron Books: São Paulo, 2007

KARKOTLI, G. **Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo: Vozes, 2006

SÁ, A. L. **Ética Profissional**. São Paulo, Atlas, 2007

SILVA, Roberta Teixeira. **A importância da responsabilidade social nas empresas**. Editora Juarez de Oliveira, 2007.

MÓDULO ASSISTENTE DE VENDAS		Carga horária: 280 h	
Título da Qualificação: Assistente de vendas (CBO / 3541-25)			
Descrição Sumária:			
Planejam atividades de vendas especializadas e de demonstração de produtos. Realizam seus trabalhos através de visitas a clientes, onde apresentam e demonstram seus produtos, esclarecem dúvidas e acompanham o pós-venda. Contatam áreas internas da empresa, sugerem políticas de vendas e de promoção de produtos e participam de eventos.			
Competências	Habilidades	Bases Tecnológicas	Componentes Curriculares
<ul style="list-style-type: none"> Linguagem oral e escrita, processos de referência, complexidade sintática argumentativa normas de construção sentenças. 	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver habilidades de comunicação oral; Construir textos de abordagem aprofundada e no jogo das intertextualidades; Conhecer a norma padrão, utilizada em textos escritos não-literários. 	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de oratória; Linguagem corporal; Normas sintáticas; Referências semânticas e sintáticas. 	Leitura e Produção de Texto II (40 Horas)
<ul style="list-style-type: none"> Conhecer os modelos de negócios eletrônicos 	<ul style="list-style-type: none"> Apresentar os conceitos e tecnologias relacionadas ao comércio eletrônico. 	<ul style="list-style-type: none"> Negócios na era digital 	Informática Aplicada e Comércio Eletrônico (40 Horas)

<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver projetos de comércio eletrônico 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar os tipos de comércio eletrônico. • Propiciar segurança nas transações eletrônicas; • Elaborar planos de negócios para e-business. • Implementar ações de de e-business e m-commerce. • Conhecer aspectos relacionados a segurança de aplicações comerciais para a Web 	<ul style="list-style-type: none"> • Organização virtual. Evolução para negócios na era digital. • Modelos de negócios da nova economia. • Gerenciamento da cadeia de suprimentos – CRM. • Inteligência de negócios • Integração eletrônica • Definições e características de e-business e e-commerce. • Marketing e o comércio eletrônico • Processos de desenvolvimento de um sistema de e-commerce • Segurança nas 	
---	---	--	--

		<p>transações eletrônicas</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudos de caso sobre sistemas de e-commerce e m-commerce 	
<ul style="list-style-type: none"> Processos e métodos de cálculos de juros. Sistemas de concessão de descontos. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar cálculo de juros simples Elaborar cálculo de juros compostos Elaborar desconto simples e composto. Elaborar séries de pagamentos. Construir planilhas de financiamentos. 	<ul style="list-style-type: none"> Conceitos básicos. Juros simples e juros compostos. Descontos simples e desconto composto. Séries de pagamentos uniforme, periódica e postecipada. Séries de pagamentos uniforme, periódica e antecipada. Séries de pagamentos variáveis. Valor presente líquido. Sistemas de financiamentos: sistema de amortização constante. 	<p>Matemática Financeira (40 Horas)</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de financiamentos: sistema francês (tabela Price). • Sistemas de financiamentos: sistema americano de amortização. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Compreender a aplicação da norma aos contratos individuais de trabalho. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciar relações de trabalho e relações de emprego. • Verificar os processos de rescisão do contrato de trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> • Relação de Trabalho e Relação de Emprego • Direitos trabalhistas constitucionais (jornada de trabalho, hora extra, intervalo intrajornada, repouso semanal remunerado, férias). • Contrato Individual do Trabalho (Tipos de contrato, suspensão e interrupção, formas de rescisão) 	Direito do Trabalho (20 Horas)
<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar as informações da contabilidade como fonte de apoio à tomada de decisão. • Compreender e 	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer as bases conceituais da Contabilidade. • Identificar os elementos básicos do patrimônio e as causas de suas variações. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos interessados pelas informações contábeis. • Composição do Patrimônio. 	Contabilidade (40 Horas)

<p>estruturar as principais demonstrações contábeis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Classificar e analisar as contas (Ativo, Passivo, Patrimônio Líquido, Receita e Despesa). • Identificar as contas e a classificação. • Conhecer a estrutura do Plano de Contas. • Compreender a escrituração contábil. • Ler e interpretar as informações apresentadas no Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício. 	<ul style="list-style-type: none"> • Critérios de escrituração– Regime de caixa e regime de competência. • Classificação das contas. • Apuração simplificada dos resultados do período. • Normas legais aplicáveis às demonstrações contábeis. • Demonstrações relativas ao patrimônio– estrutura e elementos do Balanço Patrimonial. • Demonstrações relativas a resultados– estrutura e elementos da Demonstração do Resultado do Exercício. 	
---	---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> • Organizar um conjunto de <u>processos</u> que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes • Administrar relacionamento com os clientes de modo que beneficie a organização e seu público interessado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender o funcionamento do composto de marketing: composto de produto, de preço, de distribuição e de comunicação; • Operacionalizar Pesquisas de Mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Base conceitual do Marketing: conceito e evolução; • O ambiente, suas variáveis e mudanças e a formação do conceito de marketing; • As funções do marketing; • Segmentação do mercado; • Comportamento do consumidor; • Pesquisa de Mercado • O composto de marketing. 	<p>Administração de Marketing (40 Horas)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • colaborar na dinamização de um departamento comercial, com recurso a técnicas de organização e argumentação numa 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantar as técnicas de vendas e suas estratégias; • Desenvolver o perfil do vendedor eficiente; • Aliar os recursos 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceito de vendas. • Perfil e habilidades do profissional de vendas. • Técnicas de Vendas 	<p>Gestão e Técnica de Vendas (20 Horas)</p>

<p>negociação e venda</p> <ul style="list-style-type: none"> • colabora ao nível do relacionamento com clientes para garantir a sua satisfação e fidelização e ao nível da gestão da restante força de vendas da organização. 	<p>tecnológicos a atividade de vendas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relatórios comerciais. • A tecnologia e a administração de vendas. • Promoção de vendas. • Merchandising. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Redigir textos técnicos e correspondências em inglês, em nível básico. • Aplicar corretamente termos técnicos da língua inglesa em situações cotidianas. • Estabelecer relações entre situações cotidianas nas áreas de comércio, negócios e serviços em língua inglesa. • Interpretar e utilizar corretamente as estruturas gramaticais da língua-alvo, em nível básico. • Obter conhecimentos da terminologia técnica da língua inglesa aplicável ao comércio. • Comunicar-se com o cliente em inglês, em nível básico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Língua e comunicação. • A importância do inglês no mundo globalizado. • Leitura, interpretação e produção de textos, com ênfase na área de comércio, negócios e serviços. • Noções de fonética e fonologia. • Vocabulário básico utilizado na linguagem formal e informal, com ênfase na área de comércio, negócios e serviços. • Aspectos gramaticais. • Ortografia. • Lexicografia. 	<p>Inglês (40 Horas)</p>

BIBLIOGRAFIA

COHEN, D. **A linguagem do corpo**– o que você precisa saber. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

BECHARA, E. **Lições de português pela análise sintática**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2001.

_____. **Moderna gramática portuguesa**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2009.

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio Eletrônico - Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação**. 6ª. Atlas, 2010.

REEDY, Joel. **Marketing Eletrônico**. 2a. edição, 2007. Editora Cengage.

KALAKOTA, Ravi; **e-business - estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital**. Porto Alegre: Bookman, 2002. DACOL, Alessandra Oliveira

Probst. **As Implicações dos 4p's do Mix Mercadológico no Comércio Eletrônico – Um Estudo De Caso**. Florianópolis, 2003. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina.

GOMES, Sônia Maria da Silva. **Empresas na Era da Internet: o papel dos portais B2E, B2C e B2B**. Congresso Virtual Brasileiro de Administração. 2004.

MEIRA JR, Wagner e MURTA, Cristina Duarte. **Sistemas de Comercio Eletrônico – Projeto Desenvolvimento**. 1ª. Campus, 2002.

PEGORARO, Raquel Aparecida. **Segurança no desenvolvimento de sistemas de comércio eletrônico**. Florianópolis, 2002. 107 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina

TOSI, Armando José. **Matemática Financeira**. São Paulo: Atlas, 2009.

BOGHI, Cláudio; SHITSUKA, Ricardo. **Aplicações Práticas com Microsoft Office Excel 2003 e Solver: ferramentas computacionais para a tomada de decisão**. São Paulo: Editora Érica, 2005.

MERCHELE, Alberto; MOREIRA, Francisco Otávio. **Matemática financeira**. São Paulo: Atlas, 2003.

BALERA, Wagner; MUSSI, Cristiane Miziara. Direito previdenciário. 9 ed. Editora Método. São Paulo, 2012.

MARTINS, Sérgio Pinto. Comentários à CLT. 16ª ed. Ed. Atlas. São Paulo, 2012.

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. Iniciação ao direito do trabalho. 38 edição. Editora LTR. Rio de Janeiro, 2013.

RIBEIRO, Juliana de Oliveira Xavier. Vade mecum previdenciário. Editora Rideel. São Paulo, 2011.

IUDICIDIBUS, Sérgio. **Contabilidade Introdutória**. 11ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

Ribeiro, Osni Moura. **Contabilidade Básica Fácil**. 27ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2010.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 15ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

SANTOS, José Luiz dos & GOMES, José Mário Matsumura Gomes & FERNANDES, Luciane Alves Fernandes & SCHMIDT, Paulo. **Contabilidade Geral**. 7ª Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

Kotler, Philip. **Administração de Marketing**

Cobra, Marcos. **Marketing Básico**

Malhotra, Naresh K.. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada**

Pinheiro, Roberto Meireles. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**

Madrugá, Roberto Pessoa. **Administração de marketing no mundo contemporâneo**

Cobra, Marcos. **Administração de Vendas**

Las Casas, A. **Administração de Vendas**
_____. **Técnicas de Vendas – como vender e obter bons resultados**

Meinberg, Jose Luiz et al. **Gestão de Vendas**

Performance Research Associates. **Atendimento nota 10**

Ratto, Luiz. Comércio: **um mundo de negócios**

MÓDULO SUPERVISOR DE COMPRAS		Carga horária: 280 h	
Título da Qualificação: Supervisor de compras (CBO / 3542-10)			
Descrição Sumária:			
<p>Recebem requisições de compras, executam processo de cotação e concretizam a compra de serviços, produtos, matérias-primas e equipamentos para o comércio atacadista e varejista, para indústrias, empresas, órgãos públicos e privados. Acompanham o fluxo de entregas, desenvolvem fornecedores de materiais e serviços; supervisionam equipe e processos de compra. Preparam relatórios e fazem o papel de interlocutor entre requisitantes e fornecedores.</p>			
Competências	Habilidades	Bases Tecnológicas	Componentes Curriculares
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar os custos existentes na composição dos preços. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planejar e realizar análise de custos. • Conhecer os conceitos e terminologias de custos. • Diferenciar os tipos de custos. • Descrever os elementos que 	<ul style="list-style-type: none"> • Introdução à gestão de custos. • Classificação dos custos. • Métodos de custeamento. • Centros de Custos. • Departamentalização e rateio de custos. 	Custos e Formação de Preços (40 Horas)

	<p>compõem os preços.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calcular e estruturar a formação de preços. • Conhecer os efeitos da política de preços sobre a concorrência. • Avaliar preço da concorrência. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise do equilíbrio entre receitas e custos. • Visão gerencial dos custos no comércio. Classificação dos custos no comércio. Custos para determinação da rentabilidade e lucratividade. Análise e controle dos custos no comércio. Análise de custos dos produtos. Os Custos, preços e lucros. Tributos e custos: sua influência na formação dos preços no comércio. Os sistemas de custos adotados no comércio. Análise de Custo x Volume x Lucro • Visão gerencial dos custos na Prestação de Serviços. Classificação dos custos na Prestação de Serviços. • A influência dos impostos na gestão dos custos na prestação de serviços. Os sistemas de custos adotados na prestação de serviços. 	
--	--	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> • Conceito de preço de venda. • Formação de preço de venda. • Cálculos para a formação de preços na indústria, no comércio, na prestação de serviços. • Análise e gestão estratégica dos preços. Cálculo e análise dos pontos de equilíbrio. • Preços dinâmicos e flexíveis. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar conhecimentos da estatística como ferramenta nas atividades de uma empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fazer cálculos estatísticos de probabilidade. • Elaborar relatórios utilizando dados estatísticos. • Elaborar gráficos estatísticos. • Analisar dados indicadores. • Efetuar cálculos probabilísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceitos básicos. Séries estatísticas. Gráficos. Preparação de dados para análise estatística. • Média, Moda, Mediana. • Desvio Padrão. • Aplicação dos softwares estatísticos com uso do computador. • Distribuição de frequências e suas características. • Probabilidades: conceitos básicos. Probabilidade 	Estatística (40 Horas)

		condicionada. Eventos independentes. Variável aleatória. Distribuições de uma variável aleatória: distribuição binomial e distribuição normal (uso da tabela normal padrão).	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar o aluno a realizar a gestão dos fluxos financeiros de uma empresa, de modo a atingir um nível de lucro satisfatório com liquidez adequada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Significado e objetivo da administração financeira. Análise das demonstrações financeiras. • Administração de capital de giro. Estrutura de capital. Política de dividendos. Fusões e aquisições. • Finanças internacionais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conceitos Fundamentais de Finanças Corporativas: O Conceito financeiro de empresa e seus objetivos; O ambiente externo à empresa; A missão estratégica da gestão financeira; Os objetivos da gestão financeira; Principais conceitos de valor e fluxo de caixa. • Gerenciamento do capital de giro: Administração de contas a receber; Administração de estoque; Financiamento do capital de giro. • Planejamento financeiro de curto e longo prazo 	Introdução a Finanças (20 Horas)

<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer as rotinas e os mecanismos de compras nas empresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar a necessidade de compra do produto ou serviço. • Definir as quantidades a serem compradas e qualidade dos produtos para o estoque. • Elaborar e aplicar roteiro de pesquisa de preços e de fornecedores. • Verificar sistema de cadastramento de fornecedores por materiais. • Listar compras de materiais e serviços por natureza, quantidade e especificação. • Colher informações sobre as diretrizes financeiras para efetuar o pagamento. • Informar as exigências legais e normas internas referentes aos pedidos de compras 	<ul style="list-style-type: none"> • A função compra: objetivos, organização de compras e qualificação de compradores. • Característica das compras: de emergência, compra especulativa, compra contratada, compra antecipada e compra de reposição. • Funções do comprador Licitação: a importância, a obrigatoriedade, as situações em que há dispensa ou inexigibilidade. • Operação do sistema de compras: solicitação de compras, pedido de compra, orçamento de compras e acompanhamento de compras. • Preço-custo: coleta de preços, custos, redução de custos e análise, controle e reajuste de preços. • Condições de compras: prazos, frete, embalagens e 	<p style="text-align: center;">Processo e Gestão de Compras (40 Horas)</p>
---	--	---	---

		<p>condições de pagamento e desconto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fontes de fornecimento: classificação de fornecedores, seleção e avaliação de fornecedores e relacionamento com fornecedores 	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar estoques e a logística de suprimentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar as teorias e princípios da logística. • Selecionar colaboradores para participar do desenvolvimento do planejamento em logística. • Executar as atividades do planejamento de logística. • Identificar os aspectos legais para o transporte. • Utilizar sistemas de controle de reposição dos materiais. • Adotar procedimentos necessários à recepção de materiais • Elaborar planilhas de controle de estoques. • Examinar avarias. • Armazenar materiais segundo a natureza e características. • Especificar, codificar e classificar materiais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atividades da Administração de Materiais. • Economia inteligente na administração de materiais. • Políticas e planejamento de estoques. • Estudo de mercado: Oferta e demanda. • Métodos para previsão de estoques e níveis de Estoques. • Entrada de Materiais. • Conceitos de logística. • Definição da Logística Empresarial: princípios, evolução, definição e manifesto da missão, atividades primárias e atividades de apoio. • Sistema Logísticos. • Planejamento de logística. • Supply chain 	<p>Logística e Recursos Patrimoniais (40 Horas)</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Controle da Cadeia de Suprimentos. • Modais de Transportes: aéreo, marítimo, ferroviário, rodoviário, multimodal. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar conhecimentos da língua espanhola como ferramenta nas atividades cotidianas do comércio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redigir textos técnicos e correspondências em espanhol, em nível básico. • Aplicar corretamente termos técnicos da língua espanhola em situações cotidianas. • Estabelecer relações entre situações cotidianas nas áreas de comércio, negócios e serviços em língua espanhola. • Interpretar e utilizar corretamente as estruturas gramaticais da língua-alvo, em nível básico. • Obter conhecimentos da terminologia técnica da língua espanhola aplicável ao comércio. • Comunicar-se com o cliente em espanhol, em nível básico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Língua e comunicação. • A importância do espanhol no mundo globalizado. • Leitura, interpretação e produção de textos, com ênfase na área de comércio, negócios e serviços. • Noções de fonética e fonologia. • Vocabulário básico utilizado na linguagem formal e informal, com ênfase na área de comércio, negócios e serviços. • Aspectos gramaticais. • Ortografia. • Lexicografia. 	Espanhol (40 Horas)

<ul style="list-style-type: none"> • Identificar os custos. • Compreender a composição dos preços. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer os conceitos e terminologias de custos. • Diferenciar os tipos de custos. • Calcular e estruturar a formação de preços 	<ul style="list-style-type: none"> • Visão gerencial dos custos no comércio, na prestação de serviços e na indústria. • Terminologias dos custos. • Classificação dos custos. • Métodos de custeamento. • Departamentalização e rateio de custos. • Tributos:a influência na formação dos preços. • Apuração do preço. 	<p align="center">Custos e Formação de Preços (40 Horas)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar oportunidades para geração de negócios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionar características das pessoas empreendedoras. • Detectar as necessidades e desejos dos clientes. • Elaborar Plano de Negócio. • Colocar em prática idéias e oportunidades de negócios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definições relacionadas a empreendedor e empreendedorismo. • Características e perfil do empreendedor. • Inovação, Desenvolvimento Tecnológico e Competitividade. • Empreendedorismo, Intra-empreendedorismo e o Empreendedor. • A visão de um negócio e o conceito de oportunidade. • Riscos pertinentes ao empreendedor. • Matriz SWOT. • Networking • Estratégia e Planejamento de Novos Negócios. • Fatores Críticos de sucesso. 	<p align="center">Empreendedorismo (40 Horas)</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Vantagem Competitiva. • Inovação, Desenvolvimento Tecnológico e Competitividade. • O Plano de Negócio como ferramenta de elaboração de uma nova realidade. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Adotar um sistema de qualidade no processo de comercialização. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar teorias e princípios da qualidade. • Relacionar as características básicas dos serviços para elaborar as estratégias de atuação no mercado. • Definir sistema de coleta de informações. • Apresentar dados e informações referentes às características dos bens analisados. • Identificar a política, normas e controle de qualidade utilizada em produtos e serviços. • Propor melhorias no processo de qualidade. • Aplicar procedimentos necessários para operacionalização das atividades padronizadas. • Coletar informações e dados que possibilitem a satisfação dos clientes. • Relacionar custos para 	<ul style="list-style-type: none"> • Evolução dos conceitos da qualidade • Globalização • Características do serviço: intangibilidade, heterogeneidade, inseparabilidade e perecibilidade • Classificação das organizações: bens tangíveis e intangíveis • Ciclo da prestação de serviços: elaboração, análise de pontos críticos e definição de indicadores de qualidade em serviços • Padronização de procedimentos operacionais; • Sistema de qualidade ISO; • Benchmarking; • Instalação de serviço de atendimento ao cliente; • Housekeeping – 5S • Custos de qualidade • Estruturas da qualidade nas 	Gestão de Qualidade (20 Horas)

	implantação da qualidade no atendimento ao cliente. <ul style="list-style-type: none"> • Quantificar os insumos necessários para implantação da qualidade. 	organizações – Estudo de Caso da implantação da qualidade na prestação de serviços comerciais.	
--	---	--	--

BIBLIOGRAFIA

- BRUNI, Adriano L. **Administração de custos, preços e lucros (A): com aplicações na HP12C e excel**. Vol. 5 – série desvendando as finanças. 1ª edição. São Paulo. Atlas, 2006.
- DUBOIS, Alexy, KULPA, Luciana e SOUZA, Luiz Eurico. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos. Abordagem do capital de giro e da margem de competitividade**. 1ª edição. São Paulo. Atlas, 2006.
- HOJI, Masakazu. **Administração financeira: uma abordagem prática**. 5ª edição. São Paulo, Atlas, 2004.
- SANTOS, Joel. **Fundamentos de custos para formação do preço e do lucro**. 5ª edição. São Paulo. Atlas, 2005.
- WELSCH, Glenn A. **Orçamento empresarial**. São Paulo, Atlas, 1996.
- WESTON, J. Fred & BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo, Makron Books, 2000.
- LEITE, P.R. **Logística reversa: meio ambiente e competitividade**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.
- NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. 2. Ed. São Paulo: Campus, 2004.
- FLEURY, P.F.; WANKE, P.; FIGUEIREDO, K.F. **Logística Empresarial – A perspectiva Brasileira**. São Paulo: Atlas, 2009.
- BOWERSOX, Donald J e CLOSS, David J. **Logística Empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. 1ª Edição, São Paulo, Editora Atlas, 2001.
- LUDOVICO, Nelson. **Como Preparar uma Empresa para o Comercio Exterior**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.
- LUDOVICO, Nelson. **Logística Internacional - Um Enfoque em Comércio Exterior**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2007

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio Eletrônico. Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação**. 5ª. Atlas, 2004.

KALAKOTA, Ravi; **e-business - estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

NEUFELD, John L. Estatística Aplicada à Administração, usando o Excel. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

TIBONI, Conceição Gentil Rebelo. Estatística Básica. São Paulo: Atlas, 2010.

BUSSAB, Wilton O; MORETTIN, Pedro A. Estatística Básica. 5º ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

TOLEDO, Geraldo L.; OVALLE, Ivo I. Estatística básica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

CASTRO, Francisca. **Uso de la Gramática Española – Nivel Elemental**. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía, S.A., 2000.

FREIRE, M. Teodora R. M. **Síntesis Gramatical de la Lengua Española – Una Gramática Contrastiva Español / Portugués**. São Paulo: Enterprise Idiomas, 1999.

NORIEGA, Alfredo y PROST, Gisele. **Al día – Inicial (livro do aluno, caderno de exercícios, guia didática e CD-Áudio)**. Madrid: SGEL, 2008.

SEÑAS: **diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños / Universidad Alcalá de Henares**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

VIÚDEZ, Francisca C. **Español en Marcha 1** (livro do aluno, caderno de exercícios, guia didático e CD-Áudio). Madrid: SGEL, 2006

GITMAN, L. **Princípios de Administração Financeira**, 10ª Edição, Pearson, 2003.

ASSAF, A. **Finanças Corporativas e Valor**. Atlas, 2003.

BRIGHAN, Eugene F., GAPENSKI, Louis C., Ehrhardt, Michael C. – **Administração Financeira – Teoria e Prática – Editora Atlas**, 2001.

BRIGHAM, Eugene F., HOUSTON, Joel F. “**Fundamentos da Moderna Administração Financeira**”, Campus, Rio de Janeiro, 1999.

GITMAN, Lawrence. “**Princípios de Administração Financeira**”: essencial 2ª Edição, Bookman, 2001.

ASSAF, A. **Estrutura e Análise de Balanços**. Atlas, 5º edição, 2000.

LEWICKI, Roy; SAUNDERS, David; MINTON, John. **Fundamentos da Negociação**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BURBRIGDE, R. Marc. **Gestão de negociação: como conseguir o que se quer sem ceder o que não se deve**. – 2. ed. – São Paulo: Saraiva, 2007.

URY, William L. **Supere o Não Negociando com Pessoas difíceis**. São Paulo: Best Sellers, 1991.

RICHARD SHEL, R. **Negociar é preciso**. São Paulo: Ed. Negócio, 2001.

HENDERSON, Hazel. **Construindo um mundo onde todos ganham**. São Paulo: Cultriz, 1996.

SOUZA, César. **O momento da sua virada**. São Paulo: Gente, 2004.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luiza**. Ed. Cultura, 1999

DUTRA, J. S. **Gestão por Competências: um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas**. São Paulo: Editora Gente, 2001.

ARGYRIS, Chris. **Enfrentando defesas empresariais: facilitando o aprendizado organizacional**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

COOPERS & LIBRAND. **Remuneração por habilidades e competências**. São Paulo: Atlas, 1997

BAND, William. **As competências críticas**. Rio de Janeiro: campus, 1997.

MINTZBERG, H. **Criando organizações eficazes**. São Paulo: Atlas, 2006.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Sistemas de Informações Gerenciais**. Atlas, 2004.

M ANAS, Antonio V. **Administração de sistemas de Informação**. São Paulo: Ética, 1999.

CASTRO, Francisca. **Uso de la Gramática Española – Nivel Elemental**. Madrid: Edelsa Grupo Didascalía, S.A., 2000.

FREIRE, M. Teodora R. M. **Síntesis Gramatical de la Lengua Española – Una Gramática Contrastiva Español / Portugués**. São Paulo: Enterprise Idiomas, 1999.

NORIEGA, Alfredo y PROST, Gisele. **Al día – Inicial (livro do aluno, caderno de exercícios, guia didática e CD-Áudio)**. Madrid: SGEL, 2008.

SEÑAS: **diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños / Universidad Alcalá de Henares**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

VIÚDEZ, Francisca C. **Español en Marcha 1** (livro do aluno, caderno de exercícios, guia didático e CD-Áudio). Madrid: SGEL, 2006.

IBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de Custos – Fácil**.^a Edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 10^a Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

BRUNI, Adriano L. **Gestão de Custos e Formação de Preços**. 3^a Edição. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

CREPALDI, Sílvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KOTLER Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9^a edição, São Paulo, Editora Pearson, Ano 2005.

MOREIRA, Júlio César Tavares. **Gerência de Produtos**. São Paulo – Saraiva, 2004.

MATTAR, Fauze Najib, **Pesquisa de Marketing**. São Paulo – Atlas, 1999.

LAS CASAS Alexandre Luzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 7ª edição, São Paulo, Editora Atlas, Ano 2005.

GIL, Antonio Loureiro. **Auditoria de Qualidade** – 3 ed. – São Paulo – Atlas – 1999;

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração dos novos tempos** – 2 ed. – São Paulo – Atlas – Campus – 1999;

CHIAVENETO, Idalberto. **Administração nos Novos Tempos: os novos horizontes em administração** – São Paulo – Makron Books – 1997;

J. M. Juran; tradução João Mário Csillag. **Juran na Liderança pela Qualidade** – 2ª ed. – São Paulo: Pioneira, 1993;

David Hutchins; tradução Luis Edmundo Bastos Soledad. **Sucesso Através da Qualidade Total** – Rio de Janeiro: Imagem ed., 1992;

Masao Umeda **ISSO e TQC – o caminho em busca de G.Q.T.** – Belo Horizonte: UFMG, Escola de Engenharia, Fundação Christiano Ottoni, 1996;

Ruy Sergio Cacesse Shiozawa; colaboradores Henrique Silveira de Almeida... (et al.) **Qualidade no Atendimento e Tecnologia de Informação** – São Paulo: Atlas, 1993

7.8. Estágio Curricular Supervisionado

Conforme o Artigo 2º da Resolução CNE/CEB Nº 1, de 21 de Janeiro de 2004, o estágio, como procedimento didático-pedagógico e ato educativo, é essencialmente uma atividade curricular de competência da Instituição de Ensino, que deve integrar a proposta pedagógica da escola e os instrumentos de planejamento curricular do curso, devendo ser planejado, executado e avaliado em conformidade com os objetivos propostos.

Para efeito da aquisição da Habilitação Profissional do Curso Comércio, o Estágio Curricular Supervisionado, incluirá um total 160 horas que serão acrescidas a carga horária total dos módulos integrantes da organização curricular do Curso.

O estágio Curricular Supervisionado terá como objetivo:

- Preparar o estudante para o exercício profissional competente, por meio da vivência de situações concretas de trabalho.

O estágio poderá ser realizado da seguinte forma:

- Na própria escola, sob forma de planos amplos ou de etapas inerentes do(s) processo(s) produtivo(s) da área profissional;
- Em empresas e em outras organizações;
- Sob a forma de atividades de extensão, mediante a participação dos estudantes em empreendimentos ou planos de interesse sócio-comunitário, entre outros que possam ser colaborar com a formação profissional desde que devidamente autorizado pela Coordenação do Curso;
- Atividades de monitoria, projetos integrados de ensino, pesquisa e/ou extensão, trabalhos comunitários, sociais ou de interesse público e outras atividades que comprovem trabalhos de estágio curricular relevantes para formação do estudante e com proximidade do perfil do curso, nesses casos, encaminhados ao colegiado do curso para avaliação e validação do estágio.

O estágio será desenvolvido, depois de concluído pelo menos um dos módulos qualificados ou ao final do curso, sob a supervisão de um docente da instituição.

Os estudantes trabalhadores, quando inseridos em atividades produtivas relacionadas à área profissional do curso, poderão ter essa efetiva prática profissional reconhecida para fins do cumprimento da carga horária do Estágio Curricular Supervisionado, a partir da avaliação de relatório a ser apresentado com o devido acompanhamento de um professor do curso, sendo necessário que este estudante cumpra todas as exigências de registro da Coordenação do Curso.

O IFB organizará o Plano de Estágio Curricular Supervisionado, mantendo no mínimo os seguintes registros:

- Acompanhamento, controle e avaliação;
- Justificativa;
- Objetivos;
- Competências e Habilidades;
- Responsabilidade pela Supervisão de Estágio;
- Tempo de duração (descrevendo a carga horária diária e total do estágio).

7.9. Prática Profissional

A atividade de prática profissional simulada, desenvolvida na própria Instituição de Ensino, com o apoio de diferentes recursos tecnológicos, em laboratórios ou salas-ambientes, integra os mínimos de carga horária previstos para o curso no respectivo eixo tecnológico do Curso, e compõe-se com a atividade de estágio profissional supervisionado, realizado em situação real de trabalho, devendo um complementar o outro.

A Prática Profissional poderá ser desenvolvida em empresas ou dependências físicas dos *Campi* do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília.

A Prática Profissional será incluída na carga horária total da Habilitação Profissional e não está desvinculada da teoria, ao contrário, ela constitui e organiza o currículo.

Será desenvolvida ao longo do curso por meio de atividades tais como: estudos de caso, visitas técnicas, pesquisas de mercado, trabalhos individuais ou em grupo com respectiva elaboração de relatórios, e estudos realizados em laboratórios que estejam relacionados às competências e habilidades do curso.

O tempo necessário e a forma para o desenvolvimento de cada atividade correspondente a prática profissional, serão explicitados no plano de trabalho a ser definido pelos professores envolvidos em cada prática profissional, em consonâncias com as condições de cumprimento do plano por parte do estudante.

8. CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS

Conforme estabelece a Lei de Diretrizes e Bases da Educação, Lei nº. 9.394/96, o conhecimento adquirido na educação profissional e tecnológica, inclusive no trabalho, poderá ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos.

Sendo assim, poderá haver aproveitamento de conhecimentos adquiridos na Educação Profissional, inclusive no mundo do trabalho, para fins de prosseguimento e de conclusão de estudos:

- dos componentes curriculares de caráter profissionalizante cursadas no Ensino Médio, até o limite de 25% da carga horária do curso;
- dos componentes curriculares ou módulos cursados em outra habilitação profissional;
- de estudos da qualificação básica;
- de estudos realizados fora do sistema formal;
- de competências adquiridas no mundo do trabalho.

Os cursos concluídos há mais de cinco anos, ou cursos livres de educação profissional de nível básico (Formação Inicial e Continuada), cursados em escolas técnicas, instituições especializadas, ONGs, entidades sindicais e empresas, poderão ser aproveitados para fins de certificação.

O aproveitamento de estudos ou de experiências no mundo do trabalho será feito mediante avaliação de competências e habilidades, por comissão formada por professores do curso, preferencialmente professores do respectivo módulo a ser avaliado, instituída pela coordenação do respectivo curso.

A avaliação será baseada nas competências e habilidades do(s) módulo (s) para o (s) qual (is) for solicitado aproveitamento ou certificado.

A avaliação poderá ser composta por parte teórica e parte prática de acordo com o módulo a ser avaliado e devidamente definido pela comissão de avaliação.

9. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação, parte integrante do processo de aprendizagem, será contínua, sistemática e cumulativa, tendo como objetivos o acompanhamento e a verificação de construção de competências trabalhadas pela escola. Constitui-se num processo permanente e contínuo, utilizando-se de instrumentos diversificados de análise do desempenho do aluno nas diferentes situações de aprendizagem, consideradas as competências propostas para cada uma delas.

A avaliação em cada módulo será resultante de diversos instrumentos que permitam o diagnóstico e a verificação do rendimento escolar e deverão estar previstos no plano de ensino de cada componente curricular.

A aprovação do aluno dar-se-á de acordo com o estabelecido na Organização Didático-Pedagógica em vigência no Campus no período em que o curso estiver sendo ofertado. No decorrer do módulo serão disponibilizados mecanismos de recuperação para que o aluno possa construir gradativamente as competências.

Terá direito a seguir o itinerário programado no projeto de curso, o aluno que tenha concluído com êxito o(s) módulo(s) previsto(s) no período letivo e tenha cumprido mínimo de 75% da frequência no cômputo total das aulas dadas no semestre.

O resultado final de cada módulo será publicado em locais previamente comunicados aos alunos, até a data limite prevista em calendário escolar.

Os instrumentos de avaliação da aprendizagem deverão ser formulados de modo que levem o discente ao hábito da pesquisa, à reflexão, à criatividade e estimule a capacidade de autodesenvolvimento e autoavaliação.

Para efeito de promoção, o discente será avaliado quanto ao rendimento escolar e à assiduidade, havendo obrigação legal de cumprimento mínimo de 75% da frequência no cômputo total das aulas dadas no semestre.

- A proposta pedagógica do curso prevê uma avaliação contínua e cumulativa, a qual assume, de forma integrada, no processo ensino-aprendizagem, as funções diagnóstica, formativa e somativa. Essas funções devem ser utilizadas como princípios para a tomada de consciência das dificuldades, conquistas e possibilidades. Devem funcionar também como instrumento colaborador na verificação da aprendizagem, que deve sempre levar em consideração os

aspectos qualitativos sobre os quantitativos. Para tanto, torna-se necessário destacar os seguintes encaminhamentos:

- Adoção de procedimentos de avaliação contínua e cumulativa;
 - Prevalência dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos;
 - Inclusão de tarefas contextualizadas;
 - Manutenção de diálogo permanente com o estudante;
 - Definição de conhecimentos significativos;
 - Divulgação dos critérios a serem adotados na avaliação;
 - Exigência dos mesmos critérios de avaliação para todos os estudantes;
 - Divulgação dos resultados do processo avaliativo;
 - Atividades de recuperação paralelas aos estudantes com dificuldades de aprendizagem;
 - Estratégias cognitivas e metacognitivas com aspectos a serem considerados na correção;
 - Incidência da correção dos erros mais freqüentes; e
 - Importância conferida às aptidões dos estudantes, aos seus conhecimentos prévios e ao domínio atual dos conhecimentos que contribuam para a construção do perfil do futuro egresso.
- 9.2. Sistemática de Avaliação**

Os critérios de avaliação do curso estão de acordo com o Regimento Escolar do Campus Taguatinga Centro - Seção II, contemplados nos artigos 23 a 29, como seguem abaixo:

9.3. Conselho de Classe

O Conselho de Classe objetiva análise do desempenho da turma e do discente individualmente, acontecendo bimestralmente. Nele, são discutidos além dos dados quantitativos, dados qualitativos. O corpo docente é responsável pela avaliação integral do estudante decidindo sobre o prosseguimento para os módulos seguintes, ou não, incluindo possível reprovação em quaisquer módulos. O conselho terá por base uma avaliação com Diagnóstico, Formativo e Final, com o objetivo de melhorar a aprendizagem continuamente.

10. CERTIFICADOS E DIPLOMAS

Aos concluintes do Curso Técnico Subsequente em Comércio, serão conferidos Diploma de Técnico em Comercio e respectivo Histórico Escolar.

O diploma de técnico somente será expedido após a conclusão do curso e do estágio curricular obrigatório.

Aos egressos de formação inicial e continuada, aos matriculados nos cursos sazonais, temporários, ou meramente de atualização e/ou aperfeiçoamento, e aos concluintes de períodos específicos (semestres), o Campus Taguatinga Centro conferirá certificado de qualificação profissional pertinente ao período cronológico e aos componentes pedagógicos cumpridos.

12. CORPO DOCENTE ATUA

12.1 Quadro demonstrativo dos Docentes atual do Campus Taguatinga Centro

Alessandra Silva Sousa	Espanhol
Aline Fernandes da Silva	Espanhol
Alisson Wilker Andrade Silva	Informática
Antongnioni Pereira de Melo	Informática
Bibiani Borges Dias	Contabilidade
Camila Lopes Godinho	Espanhol
Carine Schenekenberg Guedes	Inglês
Carlos Augusto Balla	Administração
Carlos Ferreira Wanderley	Administração
Cleudivan Silva Dias	Espanhol
Eduardo Dias Leite	Administração
Fábio Nogueira Carlucci	Matemática
Fernanda Ribeiro Queiroz de Oliveira	Português
Gabriela Maciel Carneiro	Inglês
Geovani Amaral Santos	Espanhol
Germano Teixeira da Cruz	Administração
Glaucia Melasso Garcia de Carvalho	Pedagogia.
Jane Christina Pereira	Português
Kamilla Fernanda da Costa Queiroz	Pedagogia.

Kelvio Felipe do Santos	Economia
Luciano Pereira da Silva	Economia
Patrícia Silva Santiago Melo	Inglês
Priscila Ramos de Moraes Rego	Direito
Richard Wilson Borrozine de Siqueira	Economia
Sérgio Reis Ferreira dos Santos	Contabilidade
Simone Braz Ferreira Gontijo	Pedagogia.
Tânia Lima Rodrigues	Gestão
Tiago Varella Negreiros	Artes/Musica
Valdinea Maria Silva Carvalho	Pedagogia.
Verônica Lima Da Fonseca Almeida	Libras

12.1 Quadro demonstrativo dos profissionais educacionais e profissionais técnicos

NOME	CARGO
Adriana Aparecida	Técnico em Contabilidade
Ana Paula Santiago Seixas Andrade	Técnico em Assuntos Educacionais
Andreia Lima da Silva	Auxiliar em Administração
Carine da Costa Alencar	Assistente em Administração
Carine Marques Saliba rebouças	Técnico em Tecnologia da Informação
Clarice Barbosa Vieira	Assistente Social
Elizângela Capanema Souza Koboldt	Assistente em Administração
Ellen Cristina Santos Gonçalves	Assistente em Administração
Erison Andrade Pires	Assistente de Aluno
João Henrick Neri de Melo	Bibliotecário
José Anderson de Freitas Silva	Técnico em Tecnologia da Informação
Melina Ribeiro Salgado	Pedagoga
Paulo Itacy Marques Rodrigues	Assistente em Administração
Paulo Victor Almeida Azevedo	Assistente de Aluno
Renata Santana Batatinha	Assistente em Administração
Wákila Nieble Rodrigues Mesquita	Jornalista
André Luciano Claret	Técnico em Tecnologia da Informação
Thiago Resende	Auxiliar de Biblioteca
Elizabeth Leandro Silva da Costa	Auxiliar de Biblioteca
Francisco Rosemberg Leite da Costa	Auxiliar em Administração
Vaneide Leite da Silva	Auxiliar em Administração
Felipe Serra	Técnico em Assuntos Educacionais
Wyara Viana Silva	Assistente em Administração

Elen Leite de Souza Soares	Auxiliar em Administração
Nádia Mangabeira Chaves	Psicólogo
Claudio Ferreira de Sousa	Audiovisual
Décio Maciel Santos	Auxiliar em Administração
Rita Luciene da silva Milanez	Assistente em Administração

13. INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília – IFB faz saber que, atualmente, o campus Taguatinga Centro funciona na QSD A/E 01, LT 04, 1º. Andar, Ed. Spazio Duo, Pistão Sul, Taguatinga, Distrito Federal. Nesse campus, há laboratórios de informática, brinquedoteca, salas de aula, biblioteca, setor de registro acadêmico, sala para o Departamento de Ensino e para a administração, incluindo Direção Geral e Gestão de Pessoas. A biblioteca está estruturada e possui obras de qualidade, visando suprir as demandas do curso em tela.