

SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO DE MINAS GERAIS



Subsecretaria de Desenvolvimento da Educação Básica
Superintendência de Desenvolvimento da Educação Profissional
Diretoria de Educação Profissional

PLANO CURRICULAR CURSO TÉCNICO EM VENDAS - EIXO TECNOLÓGICO GESTÃO E NEGÓCIOS

Base Legal: Lei Federal 9394/1992 - Res. CNE/CEB-006/2012 - Res. CNE/CEB- 01/2014

CARGA HORÁRIA TOTAL

COMPONENTES CURRICULARES			MÓDULO I			MÓDULO II			MÓDULOS		Carga Horária Total
			AP	DMA	CHS	AP	DMA	CHS	Módulo I	Módulo II	
COMPONENTES CURRICULARES PROFISSIONALIZANTES	MÓDULO I	Português	2	0:50	1:40				33:20		33:20
		Empreendedorismo	2	0:50	1:40				33:20		33:20
		Fundamentos de Marketing	3	0:50	2:30				50:00		50:00
		Matemática	3	0:50	2:30				50:00		50:00
		Fundamentos de Administração	4	0:50	3:20				66:40		66:40
		Estratégias de Compras e Vendas	4	0:50	3:20				66:40		66:40
		Informática Aplicada	2	0:50	1:40				33:20		33:20
		Contabilidade	3	0:50	2:30				50:00		50:00
		Ética	1	0:50	0:50				16:40		16:40
	MÓDULO II	Comportamento: consumidor e organizacional				3	0:50	2:30		50:00	50:00
		Técnicas de Vendas				4	0:50	3:20		66:40	66:40
		Gestão Financeira				3	0:50	2:30		50:00	50:00
		Saúde e Segurança do Trabalho				1	0:50	0:50		16:40	16:40
		Leiaute de Loja e Vitrinismo				2	0:50	1:40		33:20	33:20
		Direito				4	0:50	3:20		66:40	66:40
		Pesquisa de Mercado				3	0:50	2:30		50:00	50:00
		Produtos e serviços: fundamentos e análise da qualidade				2	0:50	1:40		33:20	33:20
Logística				2	0:50	1:40		33:20	33:20		
TOTAL			24			24			400:00	400:00	800:00

OBSERVAÇÃO: 50% da carga horária deverá ser desenvolvida com aulas práticas

AP- Aulas Presenciais

DMA-Duração Módulo Aula

CHS- Carga Horária Semanal

Módulo 1: 100 dias letivos - 20 semanas letivas

Módulo 2: 100 dias letivos - 20 semanas letivas

Módulo 3: 100 dias letivos - 20 semanas letivas

Módulo aula - 50 minutos

Obs.: No desenvolvimento do currículo de educação profissional deverão ser desenvolvidos estudos de Ética, de Educação Ambiental e de Empreendedorismo.

Assinatura Membros do Colegiado

Assinatura Diretor

Assinatura Inspetor

_____, ____ de ____ de 20__.

MÓDULO I	Nº	COMPONENTES CURRICULARES	EMENTAS
		Português	Leitura e compreensão de textos pertencentes a gêneros variados. Abordagem pontual de elementos linguísticos, discursivos e situacionais que permitam ao aluno produzir textos orais e escritos adequados a diferentes gêneros e situações de comunicação da área de Vendas: retextualização de textos técnicos e informativos em textos promocionais; produção de relatórios escritos e apresentações orais.
		Empreendedorismo	O estudo de empreendedorismo oferece aos estudantes instrumentos para identificação e entendimento da nova realidade do mundo do trabalho. Definição de empreendedorismo e empreendedor. Estudo do processo empreendedor, identificando oportunidades de negócios e o desenvolvendo da criatividade. Estudo do perfil empreendedor e autoavaliação do perfil empreendedor, analisando o comportamento empresarial, o desenvolvimento de habilidades e competências necessárias ao empreendedor. Reflexão sobre ética no empreendedorismo. Levantamento de metas e objetivos na ação empreendedora. Construção da visão de negócio. Estudo e análise de mercado. Identificação das fontes de financiamento do negócio. Construção da rede de relações (networking). Elaboração e apresentação de um plano de negócios simplificado. Análise de viabilidade econômica do negócio.
		Fundamentos de Marketing	Principais conceitos de marketing. Administração de marketing. Filosofias de Administração de Marketing. Ambiente de marketing: macroambiente e microambiente. Segmentação de mercado: critérios de segmentação e estratégias de segmentação. Composto de marketing: produtos e serviços. Os desafios e oportunidades do marketing contemporâneo. Definição e estudo da evolução do conceito de marketing. Busca a compreensão do marketing e de como ele pode ser utilizado para construir relacionamentos rentáveis com os clientes. Detalhamento dos sistemas de marketing. Estudo do composto de marketing. Análise de mercados. Explicitação dos segmentos e posicionamento de mercado. Análise do comportamento do consumidor. Explicitação dos desafios que se apresentam às empresas para atender à dinâmica do mercado e fazer frente à ação dos concorrentes. Investigação e levantamento de estratégias de marketing. Reflexão sobre o papel do dirigente de marketing. Elaboração e apresentação de um plano de marketing.

		<p align="center">Matemática</p>	<p>Razão e proporção. Regra de três simples e composta. Porcentagem. Logaritmos. Resolução de equações do 1º e 2º grau. Resolução de sistemas. Capitalização Simples. Capitalização Composta. Juros Simples e Juros Compostos. Desconto Simples e Composto. Séries de Pagamentos. Equivalência de Fluxos de Caixa. Taxa Interna de Retorno. Sistemas de Amortização. Utilização de calculadoras financeiras. Uso da Planilha eletrônica Excel na Matemática Financeira.</p>
		<p align="center">Fundamentos de Administração</p>	<p>O estudo de Introdução à administração empresarial. Estudo das bases históricas e evolução das teorias administrativas. Entendimento de conceitos e processos administrativos. Compreensão dos fundamentos e técnicas de planejamento. Entendimento da estrutura organizacional e da visão geral de organização. Estudo do ambiente das organizações e da cultura organizacional. Estabelecimento de relações entre empresa e o ciclo administrativo sob as influências do ambiente e do estilo de administração. Formulação de metas, objetivos, missão, visão e valores da organização. Orientação para tomada de decisão. Interface entre desenho departamental, comunicação e negociação nas organizações. Estudo da liderança e da motivação nas organizações, levando em consideração o fator humano. Compreensão da administração contemporânea. Confronto com as noções de gestão ambiental.</p>
		<p align="center">Estratégias de Compras e Vendas</p>	<p>Introdução à gestão de compras. O estudo do processo de compras: negociação, seleção e contratação de fornecedores. Explicitação das estratégias de compras e vendas na cadeia de suprimentos. Gerenciamento de fornecedores. Aplicação de ferramentas estratégicas e avaliação de cenários que envolvam compras e vendas de bens e serviços. Análise dos níveis de estoque para tomada de decisão de compras e vendas. Apresentação dos programas de terceirização. Avaliação de desempenho de fornecedores. Experimentação real de situação de compra e venda. Exames de decisões entre fabricar e comprar.</p>

		<p>Informática Aplicada</p>	<p>Uso da Internet como ferramenta de pesquisa – sites de órgãos regulamentadores, legislação, novos produtos, tendências, mercados, mapas e logística. Editores de texto – modelos de propostas de vendas, cartas de apresentação, mala direta. Planilhas eletrônicas – operações matemáticas, cálculos, fórmulas, gráficos. Editores de Apresentação – elaborar demonstrações de produtos e propostas de vendas. Correio Eletrônico – grupo de contatos – clientes. Banco de dados e sistema de informação e automação comercial.</p>
		<p>Contabilidade</p>	<p>Fundamentação dos princípios fundamentais de contabilidade (visão geral). Levantamento de relatórios contábeis (visão geral). Demonstração do Patrimônio. Demonstração do balanço patrimonial: estrutura e critérios de grupamento. Variações do Patrimônio Líquido. Demonstração do resultado do exercício: visão geral. Plano de contas. Detalhamento da Escrituração: Livros contábeis, contas, método das partidas dobradas, lançamentos contábeis, sistemas de escrituração contábil e encerramento do exercício. Explicação dos Regimes Contábeis. Sistemas de Custos. Componentes Estruturais de Custos. Custo do capital e custos financeiros. Formação do preço de venda. Ponto de equilíbrio operacional. Margem de Segurança. Margem de Competitividade. Ciclo de vida de produtos e estrutura de mercado.</p>
		<p>Ética</p>	<p>1. Ética e Moral 1.1. Conceitos de Moral e Ética 1.2. Diferenças e semelhanças conceituais 2. Ética Geral 2.1. A Ética como dimensão intrínseca à convivência humana. 3. Ética Empresarial 3.1. A importância da ética nos relacionamentos empresariais 3.2. A ética das empresas como instrumento de controle 4. Ética Profissional 4.1. Convivência humana, profissionalização e suas exigências éticas. 4.2. A profissão do técnico em transporte de cargas e suas exigências éticas frente à sociedade. 5. Responsabilidade Social 5.1. Responsabilidade social das empresas 5.2. Responsabilidade social da profissão</p>

Comportamento: consumidor e organizacional

Comportamento Humano nas Organizações. Personalidade. Processos de Liderança. Tensão e Conflito Interpessoal. Comunicação e Feedback. Funcionamento e Desenvolvimento de Grupos e Equipes. Clima e Cultura Organizacional. Introdução ao comportamento do consumidor. Noções das teorias sobre o comportamento do consumidor, Consumidores como indivíduos: percepção, motivação e valores. Influência do grupo e liderança de opinião: grupos de referência, conformidade, comunicação boca a boca, liderança de opinião. Crianças como tomadores de decisão. Renda e classe social. Subculturas étnicas, raciais e religiosas. Influência cultural sobre o comportamento do consumidor. Processo de tomada de decisão do consumidor. Comportamento do Consumidor: conceitos e evolução; conhecendo os clientes e os mercados. Análise do Mercado Consumidor: modelo de comportamento do consumidor; fatores que influenciam no comportamento do consumidor; o processo de decisão de compra do consumidor. Pesquisa de Comportamento de Consumo e Satisfação dos Clientes.

Técnicas de Vendas

Compreensão dos conceitos de vendedor e venda. Demonstração do processo de venda. Detalhamento dos tipos de vendas. Descrição de telemarketing. Estudo sobre clientes: tipos, prospecção. Aplicação de pesquisa de mercado. Estabelecimento de relações da negociação, entre, técnicas, características, planejamento, fechamento. Desenvolvimento e processamento do pós - venda. Organização e Análise de Vendas; Processamento do e-commerce (comércio eletrônico). Organização da equipe de vendas. Caracterização do controle de Vendas. Orientação sobre as técnicas de atendimento ao cliente, fidelização. Funções Administrativas: planejamento, organização, direção e controle. Planejamento de vendas: definição de metas e objetivos, análise de demanda e técnicas de previsão de vendas. Organização e Análise de Vendas: elaboração e análise de curva ABC, elaboração e análise de gráficos de vendas, análise de sazonalidade de produtos. Organização da equipe de vendas. Controle de Vendas: análise de desempenho de produtos, planilhas de controle, cálculo de participação de mercado, participação nas vendas da empresa. Investigação sobre as técnicas de merchandising utilizadas no ponto de venda para influenciar o comportamento de compra do consumidor. Demonstração do atendimento como principal ponto de venda. Detalhamento das ações promocionais dentro do ponto de venda.

	<p align="center">Gestão Financeira</p>	<p>Fundamentação de alternativas de investimento e avaliação dos riscos a que a organização está exposta. Fundamentação básica da administração financeira. Demonstração das questões do equilíbrio de caixa e do desempenho financeiro global da empresa. Fomentar e aprofundar um espírito crítico no estudante em relação aos potenciais impactos no fluxo de caixa (e por consequência na perspectiva de sobrevivência da empresa) de planos e ações táticas/estratégicas de outras áreas funcionais (marketing, produção e recursos humanos) que muitas vezes não levam em consideração os riscos e restrições financeiras que a empresa possa sofrer.</p>
	<p align="center">Saúde e Segurança do Trabalho</p>	<p>Conceito de Saúde e de Segurança do Trabalho, Conceitos de Qualidade de vida, Custos dos acidentes e doenças ocupacionais. Histórico e objetivos da Segurança do Trabalho, Aspectos econômicos e sociais, Conceito de Saúde e de Segurança do Trabalho, Conceitos de Qualidade de vida, Conceito de Sistema e Sistema de Segurança do Trabalho (SST), Planejamento, organização e direção, Custos dos acidentes, doenças ocupacionais.</p>
	<p align="center">Leiaute de Loja e Vitrinismo</p>	<p>Introdução à concepção, organização, produção e execução de vitrines em diversos tipos de lojas. Aplicação de técnicas para exposição dos produtos. Explicitação do layout como o planejamento do espaço da loja e o conjunto da distribuição dos equipamentos com os produtos, dos espaços internos (áreas de apoio, promocional e de circulação) e da iluminação, representado em planta, definindo a operacionalidade e funcionalidade da loja. Estabelecimento de relações entre consumo e comportamento do consumidor. Construção da noção de valor. Estabelecimento de noções entre vitrinismo e marketing: posicionamento e identidade visual; Projeto de vitrine: Tipos e estilo de vitrines e displays; Ferramentas utilizadas na montagem das vitrines, Iluminação, materiais e o uso e aplicação de cores. Estudo do impacto visual: vitrinismo, gôndolas, facing, visual merchandising, exposição, disposição e exibição de produtos.</p>

	Direito	<p>Introdução ao Direito do consumidor: sujeitos e formação das relações de consumo; direitos; princípios fundamentais; qualidade dos produtos e serviços e a proteção do consumidor. Levantamento e caracterização do defeito do produto e ou serviço. A relação de consumo: consumidor, fornecedor, produto e serviço. Princípios fundamentais das relações de consumo. Direitos básicos do consumidor. Sistemas de responsabilidade nas relações de consumo. Práticas comerciais. Oferta. Publicidade. Práticas Abusivas. Aspectos fundamentais da proteção contratual. Contratos de adesão. Sanções administrativas. Tutela judicial do consumidor - aspectos individuais e coletivos. Proteção contratual e acesso a Justiça do Código de Defesa do Consumidor. Introdução ao Direito Empresarial: teoria da empresa, perfis da empresa, empresários, sociedades empresárias, micro e pequena empresa. Introdução ao Direito Cambial: abstração, literalidade, cartularidade, autonomia, classificação e especificidades dos títulos de crédito – letra de câmbio, nota promissória, cheque, duplicata – vencimento e pagamento, protesto cambial, saque ou emissão, aceite, endosso, aval.</p>
	Pesquisa de Mercado	<p>Fundamentação da Pesquisa de Mercado. Realização da Pesquisa de Mercado voltada à tomada de decisões. Construção e planejamento da Pesquisa. Pesquisa Exploratória, Descritiva e Causal. Elaboração dos formulários de coleta de dados. Demonstração pela amostragem. Estudo de coleta, preparação e análise de dados. Caracterização dos tipos de dados (primários e secundários). Preparação e apresentação de um relatório. Investigação sobre a Pesquisa de Mercado na Internet. Aplicação da Ética na Pesquisa de Mercado.</p>
	Produtos e serviços: fundamentos e análise da qualidade	<p>Estudo do conceito, história, importância e evolução da qualidade. Gestão e princípios da Qualidade Total. Gerenciamento da Qualidade Total. Qualidade de serviço. Detecção e prevenção de falhas que garantam a qualidade. Apresentação de ferramentas da Qualidade Total. Estudo de Metodologias para melhoria da Qualidade. Apresentação de instrumentos para a correção dos desvios. Certificações de qualidade. Qualidade na interface Compras/vendas. Conhecendo os novos rumos dos sistemas de qualidade.</p>

		Logística	Histórico e da evolução logística. Sistema logístico e cadeia de abastecimento. Fluxos logísticos. Logística Reversa. Logística Integrada e suas atividades de apoio à venda. Princípios de compras, produção, armazenagem e distribuição. Canais de distribuição: conceito, estratégias e estruturas. Papel e importância dos elementos participantes dos canais.
--	--	------------------	--

