



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO  
Conselho Superior**

**RESOLUÇÃO Nº 41/2021 DE 5 DE NOVEMBRO DE 2021**

Dispõe sobre a criação do Curso de Educação Profissional Técnica de Nível Médio em Comércio na forma Subsequente, modalidade presencial, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão, Campus Carolina.

**O PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO**, no uso de suas atribuições legais consagradas na Lei nº 11.892/2008 de 29/12/2008, publicada no D.O.U de 30/12/2008; com base no Decreto Presidencial de 11 de novembro de 2020, publicado no D.O.U. de 12 de Novembro de 2020; considerando a decisão do plenário deste Conselho Superior na 64ª Reunião Ordinária de 29 de outubro de 2021; e, considerando, ainda, o que consta no Processo 23249.003530.2021-35;

**RESOLVE:**

**Art. 1º** Aprovar a criação do Curso de Educação Profissional Técnica de Nível Médio em Comércio na forma Subsequente, modalidade presencial, no Campus Carolina do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão.

**Parágrafo Único** - Serão oferecidas 40 (quarenta) vagas por turma.

**Art. 2º** Esta Resolução entra em vigor na data de sua assinatura, revogando-se as disposições em contrário.

*(assinado eletronicamente)*

**CARLOS CESAR TEIXEIRA FERREIRA**  
Presidente

Documento assinado eletronicamente por:

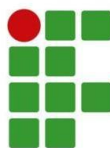
- **Carlos Cesar Teixeira Ferreira, REITOR - CD1 - GAB-REIT**, em 05/11/2021 17:57:34.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 04/11/2021. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifma.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

**Código Verificador:** 349518

**Código de Autenticação:** ab503f6fd6





**INSTITUTO  
FEDERAL**

Maranhão

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO**

**CAMPUS AVANÇADO DE CAROLINA**

**DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DE EDUCACIONAL**

**SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

**ANEXO À RESOLUÇÃO Nº 041/2021, DE 05/11/2021**

**PLANO DE CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO  
NA FORMA SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO**

**CAROLINA  
2021**



**PRESIDENTE DA REPÚBLICA**

Jair Messias Bolsonaro

**MINISTRO DA EDUCAÇÃO**

Milton Ribeiro

**SECRETÁRIO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

Wandemberg Venceslau Rosendo Dos Santos

**REITOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO,  
CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO MARANHÃO**

Carlos Cesar Teixeira Ferreira

**PRÓ-REITOR DE ENSINO E ASSUNTOS ESTUDANTIS**

Maron Stanley Silva Oliveira Gomes

**DIRETOR GERAL DO CAMPUS AVANÇADO DE CAROLINA**

Fernando Silva Lima

**DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO DE EDUCACIONAL**

Reinouds Lima Silva

**COMISSÃO DE ELABORAÇÃO DO PLANO DO CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO  
NA FORMA SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO IFMA/CAMPUS AVANÇADO DE  
CAROLINA**

Ângela Cristina dos Santos Carvalho

Dina Karla Plácido Nascimento

Duana Ravena dos Santos Vieira

Fernando Lima Silva

Fernando Bezerra Chagas

José de Ribamar Lobato Neto

Leonardo Oliveira da Silva Coelho

Priscilla Novaes Nogueira Gomes

## **IDENTIFICAÇÃO DO CURSO:**

**Denominação do Curso:** Curso Técnico em Comércio

**Eixo Tecnológico:** Gestão e negócios

**Forma de Oferta:** Subsequente ao Ensino Médio

**Tipo de Oferta:** Presencial

**Título Conferido:** Técnico em Comércio

**Local de oferta:** Campus Avançado de Carolina

**Turno de funcionamento:** noturno

**Número de vagas:** 40

**Carga horária total:** 800 horas

**Tempo mínimo e máximo para integralização:** 18 meses e máximo de 36 meses

**Periodicidade de oferta:** Anual

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
2	IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	6
2.1	Justificativa	8
2.2	Objetivos	10
2.2.1	Objetivo Geral	10
2.2.2	Objetivos Específicos	10
3	PERFIL DO PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO	11
4	REQUISITOS DE INGRESSO E FORMAS DE ACESSO	11
5	ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	11
5.1	Matriz curricular	12
6	EMENTÁRIO	14
6.1	Componentes Curriculares do Módulo I	14
6.2	Componentes Curriculares do Módulo II	23
6.3	Componentes curriculares do Módulo III	31
7	CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE ESTUDOS E CERTIFICAÇÃO DE CONHECIMENTOS ANTERIORES	39
8	AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM	40
9	ESTÁGIO CURRICULAR	41
10	INSTALAÇÕES, EQUIPAMENTOS E BIBLIOTECA	45
11	PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO	45
12	CERTIFICADOS E DIPLOMAS	47
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>48</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente documento trata do Plano do Curso Técnico em Comércio na forma Subsequente do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão–IFMA/Campus Avançado de Carolina. Este projeto está fundamentado nas bases legais e nos princípios norteadores explicitados na Lei de Diretrizes e Bases da Educação (Lei 9394/96) e no conjunto de leis, decretos, pareceres e referenciais curriculares que normatizam a Educação Profissional no sistema educacional brasileiro. Estão presentes também como marco orientador desta proposta as decisões institucionais traduzidas nos objetivos desta instituição e na compreensão da educação como uma prática social.

O Campus Avançado de Carolina do IFMA entende como sua função primeira promover educação científica, tecnológica e humanística de qualidade, visando a formação de cidadãos críticos, conscientes e atuantes, comprometidos efetivamente com as transformações sociais, políticas, culturais, e que entendam a sua atuação no mundo do trabalho em prol de uma sociedade mais justa e igualitária. Para tanto, são oferecidos cursos de educação profissional técnica de nível médio, de educação profissional tecnológica, de formação inicial e continuada e de formação de professores fundamentados na construção multifacetada e transdisciplinar do conhecimento.

Um dos desafios que esta instituição se propõe é o de formar profissionais que sejam capazes de lidar com a rapidez da geração dos conhecimentos científicos e tecnológicos e de sua aplicação eficaz na sociedade em geral e no mercado de trabalho em particular.

Diante dessa constatação, a possibilidade de formar pessoas capazes de lidar com o avanço da ciência e da tecnologia e dela participarem de forma ativa deve atender a três premissas básicas: formação científico-tecnológica e humanística sólida, flexibilidade e educação continuada.

A atual conjuntura mundial, marcada pelos efeitos da globalização, pelo avanço da ciência e da tecnologia e pelo processo de modernização e reestruturação produtiva, traz novos debates sobre o papel da educação no desenvolvimento humano. Das discussões em torno do tema, surge o consenso de que há necessidade de estabelecer uma adequação mais harmoniosa entre as exigências qualitativas dos setores produtivos e da sociedade em geral e os resultados da ação educativa desenvolvida nas instituições de ensino.

O Campus Avançado de Carolina do IFMA, como instituição que tem por finalidade formar e qualificar profissionais no âmbito da educação tecnológica, nos diferentes níveis e modalidades de ensino, para os diversos setores da economia, definiu sua função social expressa em seu Projeto Pedagógico Institucional em consonância com as necessidades identificadas a partir da compreensão deste cenário mundial e local. Dessa forma, o Campus Avançado de Carolina entende a necessidade de uma ação efetiva que possibilite a definição de projetos que permitam o desenvolvimento de um processo de inserção dos seres humanos na sociedade de forma participativa, ética e crítica.

São princípios orientadores da Educação Profissional oferecidos pelo IFMA:

- Valorização entre a educação escolar, o trabalho e as práticas sociais;
- Articulação com o ensino médio;
- Respeito aos valores estéticos, políticos e éticos;
- Desenvolvimento de competências para a laborabilidade;
- Flexibilidade, interdisciplinaridade e contextualização.

Seguindo esses princípios e atento ao papel de uma instituição de ensino comprometida com o desenvolvimento humano integral, o IFMA entende que o Curso Técnico em Comércio na forma Subsequente implantado no Campus de Carolina visa a atender as demandas reprimidas nesta região por profissionais técnica e eticamente qualificados conforme demanda demonstrada através do levantamento de empresas na área comercial, sendo este um dos ramos de maior empregabilidade na cidade perdendo somente para o setor agropecuário.

## **2 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO**

O curso de Comércio do IFMA-Carolina está preparado para desenvolver uma compreensão sistêmica do ambiente e do papel do profissional em comércio, visando a competitividade no mercado e atendendo as diretrizes das empresas do mercado local, regional e nacional.

Assim, considerando a localização do IFMA-Carolina em uma região com visibilidade nacional e internacional para o turismo da Chapada das Mesas, com necessidades de crescimento e amadurecimento dos setores terciários e quaternários, o curso Técnico em Comércio, através da sua estrutura curricular, observadas as



diretrizes curriculares, tem por objetivo formar profissionais com capacidade para pensar corretamente e intervir com eficiência e eficácia, pois irá oferecer nesse ambiente de grande competição, com competências e habilidades inovadoras, visão holística e sistêmica, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social da região.

Segundo o Censo do IBGE (2010), a cidade de Carolina, que desde 1816 até 1831 foi chamada de São Pedro de Alcântara, ficou conhecida como Carolina em 1831, ainda com caráter de vila ou povoado, onde obteve a condição de cidade em 1831, pelo decreto municipal 25-101831. Atualmente, segundo a estimativa do censo do IBGE de 2010, a cidade de Carolina possui aproximadamente 24.337 habitantes, com uma extensão territorial de 6.441,603 km<sup>2</sup>, onde aproximadamente 67% da população residem na área urbana.

Segundo IBGE, o índice de desenvolvimento humano - IDH tem apresentado um crescimento de 100% no período de 1991 a 2010, o qual apresentou em 2010 o índice de 0,63. Esse crescimento está relacionado também ao aumento da atividade turística na cidade, cuja população além de desfrutar das potencialidades naturais tem despertado o interesse ao empreendedorismo, voltado para atividades turísticas, justificado pela potencialidade natural local.

Diante de tais características, o Curso Técnico em Comércio do IFMA-Carolina visa ainda atender uma necessidade premente por profissionais das mais diversas áreas, em especial, no tocante ao Profissional com formação técnica na área comercial, com perfil e expertises especialmente desenvolvidas para o comércio e serviços; com visão holística e sistêmica; empreendedor; negociador; persuasivo, inovador e criativo; bem como consciente das responsabilidades sociais advindas do exercício profissional.

Partindo deste pressuposto, o IFMA-Carolina apresenta-se como importante instrumento neste contexto educacional, contribuindo socialmente com a oferta desses profissionais para o mercado regional, haja vista que a disponibilidade dessa mão-de-obra qualificada no mercado auxilia – sobremaneira - no desenvolvimento econômico e social das organizações e, por conseguinte, na dinâmica do mercado, garantindo assim a sustentabilidade regional. Além da ênfase na formação técnica do futuro profissional, objetiva-se ainda a preparação do mesmo para lidar com as dimensões humanas, éticas e as relações sociais. As condições para o cumprimento dos objetivos do curso se fundamentam, em princípio, na compatibilidade estrutura física do campus, na habilita-

ção dos seus recursos humanos e materiais disponíveis, além dos diversos programas de extensão realizados em parcerias com as entidades e a comunidade.

## **2.1 Justificativa**

Os cursos oferecidos pelo Campus Carolina se inserem dentro de uma nova realidade da educação profissional. Propõem uma formação que integra educação e trabalho, rompendo com a lógica que marcou historicamente a educação profissional em que as pretensões eram simplesmente formar mão-de-obra para o mercado de trabalho. Mesmo com a inovação das tarefas ligadas ao trabalho, a partir da industrialização (meados da década de 30 do século XX), as concepções referentes à educação profissional não se alteraram. Ainda foram acentuadas as idéias de que as instituições ligadas à educação profissional deveriam preparar para um mercado, novo e aquecido uma vez que, a partir da Segunda Guerra Mundial, a indústria brasileira ocupou espaços antes preenchidos por países envoltos no conflito bélico. Ávido por mão de obra, esse mercado exigiu uma formação profissional destinada às classes populares que lhes permitissem manejar os novos equipamentos.

No início do século XXI, alguns pressupostos sobre a educação se firmaram. Um destes é de que a educação é a base para uma efetiva cidadania e imprescindível para o desenvolvimento de uma sociedade. Dentro dessa mesma linha de raciocínio, também se sinaliza para novas possibilidades quanto à educação profissional como um dos pilares do desenvolvimento humano.

O setor comercial é uma das áreas de maior relevância para as empresas, independente do seu porte ou área de atuação. Os profissionais dessa setor se envolvem diretamente com a tarefa de encontrar e fidelizar os clientes, fundamental para a saúde financeira da empresa já que são responsáveis por pagar pelos produtos e serviços oferecidos. Essas características faz com que os especialistas na área de comércio possam ser encontrados em praticamente todas as organizações públicas, privadas e do terceiro setor, no comércio em geral.

Segundo o Atlas Brasil (<http://www.atlasbrasil.org.br>), na cidade de Carolina em 2010 das pessoas ocupadas na faixa etária de 18 anos ou mais do município, 0,01% trabalhavam no setor agropecuário, 0,00% na indústria extrativa, 2,38% na indústria de transformação, 11,26% no setor de construção, 1,10% nos setores de utilidade pública,

10,99% no comércio e 39,13% no setor de serviços.

Observando que na cidade de Carolina 50,12% dos trabalhadores estão ocupando o terceiro setor, e que a tendência da cidade é o crescimento, haja vista que é uma cidade turística e que nos últimos anos tem apresentado uma carência significativa de técnicos na área do comércio. Assim, o Curso Técnico em Comércio propõe desenvolver atividades referentes às práticas profissionais o mais próximo possível da realidade. Ao mesmo tempo, oferece oportunidade para vivências concretas possíveis de serem percebidas pelo mercado do trabalho, viabilizando então o acesso e a oportunidade de trabalho e renda e emprego que valorizam a experiência profissional.

O elevado número de empresas no Brasil que tem investido em oferta de capacitação para os seus funcionários reflete a carência que o setor enfrenta em relação à qualificação dos profissionais, o qual se revela, basicamente, segundo informações do próprio segmento, na falta de noções básicas de informática, de redação, de matemática; além da dificuldade de trabalhar em equipe, de aprender novas habilidades, funções e competências profissionais necessárias para os mais variados setores produtivos.

As necessidades apontadas pelas empresas permitem a organização de uma base conceitual e teórica sobre a qual se constitui um projeto de profissionalização consistente, com vistas a aprimorar o desempenho dos alunos, o que caracteriza a valorização do conceito ampliado de educação profissional, aproximando a escola do setor produtivo.

O curso de Técnico em Comércio visa formar profissionais capazes de contribuir com o desenvolvimento local e regional. A formação do técnico deste novo século é concebida como um agente da construção e aplicação do conhecimento, tendo a função de organizar, coordenar e criar situações e tomar decisões. Nesse sentido, sua formação observará os princípios orientadores das Diretrizes Curriculares Nacionais-DCN para formação de profissionais técnicos.

O curso garantirá as competências na formação, portanto, estando orientado por princípios éticos, políticos e pedagógicos, buscando articular tecnologia e humanismo, tendo a prática profissional como eixo principal do currículo da formação técnica.

O espaço da formação, composto por espaços didáticos e relação com empresas, possibilitará aos técnicos experiências de aprendizagem que integram a teoria e a prática profissional. Dessa forma, os discentes poderão vivenciar o trabalho coletivo,

solidário e interativo, contribuindo para a qualificação individual e a valorização do trabalho em equipe.

Além do compromisso, firmado na Meta I PDI 2019-2023, de serem trabalhados no curso técnico em Comércio, há pesquisa e extensão, integrando os arranjos produtivos locais. Onde no primeiro momento, será realizado um diagnóstico dos entraves para o desenvolvimento local desses arranjos produtivos para o setor administrativo, conforme atuação de pesquisa, pelos professores do campus IFMA Carolina e no segundo momento atuando, em conjunto, com projetos de extensão, que objetivam o alcance de uma melhoria organizacional e tecnológica para os arranjos produtivos identificados na região de Carolina.

Visando responder às demandas por profissionais que atendam à necessidade desta realidade emergente no Estado e no mundo e contribuindo, substancialmente, para a qualidade dos serviços oferecidos nesta área na região da Chapada das Mesas, o Campus Avançado de Carolina do IFMA propõe-se a oferecer o Curso Técnico em Comércio, por entender que estará contribuindo para a elevação da qualidade dos serviços prestados à população nesta área da atividade econômica.

## **2.2 Objetivos**

### **2.2.1 Objetivo Geral**

O Curso Técnico em Comércio tem como objetivo formar profissionais-cidadãos que sejam capazes de atender as necessidades e as expectativas do setor terciário da região com competência, habilidade e atitude para atuar junto aos setores meio e aos setores fim e com aptidões para compras, vendas e negociações e outros afins, de acordo com os princípios éticos, humanos, sociais e ambientais.

### **2.2.2 Objetivos Específicos**

- Habilitar profissionais com perfil criativo, inovador, competente, atualizado e com espírito empreendedor;
- Assessorar na estrutura e no funcionamento da empresa com base na sua meta e nos objetivos, por meio das diretrizes, dados e informações contidas no planejamento

estratégico, tático e operacional das empresas;

- Promover o desenvolvimento de competências demandadas do mundo do trabalho, assim como uma formação técnica-humanista.
- Contribuir com o desenvolvimento local e regional, através do despertar para o trabalho coletivo, solidário e interativo.
- Formar cidadãos críticos capazes de contribuir com o meio social e ambiental da sua região seguindo os princípios éticos.

### **3 PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO**

Conforme o Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos, o egresso do Técnico em Comércio deve ter o seguinte perfil:

1. Aplicar métodos de comercialização de bens e serviços;
2. Efetuar controle qualitativo e quantitativo dos produtos;
3. Coordenar a armazenagem no estabelecimento comercial;
4. Elaborar planilha de custos;
5. Verificar a demanda e comunica previsões aos fornecedores;
6. Operacionalizar planos de marketing e comunicação, logística, recursos humanos e comercialização;

### **4 REQUISITOS DE INGRESSO E FORMAS DE ACESSO**

Poderão ingressar no curso alunos que tenham concluído o ensino médio ou equivalente, independente de formação específica.

O campus de Carolina adota requisitos e forma de acesso em conformidade com o Art. 19 da Resolução CONSUP/IFMA nº 14/2014:

- I. Mediante classificação em processo seletivo;*
- II. Por transferência, obedecendo ao disposto nestas Normas.*

### **5 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR**

A organização curricular do Curso Técnico em Comércio observa as determinações legais presentes nas Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação

Profissional de Nível Técnico, na Resolução CNE/CP Nº 01/2021, e também do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos/edição 2021 além de estar de acordo com a resolução interna da instituição que trata das Normas Gerais da educação profissional Técnica de Nível Médio: Resolução CONSUP/IFMA nº 14/2014.

A organização do curso está estruturada na matriz curricular constituída por componentes curriculares voltados para uma compreensão crítica do mundo do trabalho, dos métodos administrativos e disciplinas específicas da área de Comércio, articuladas entre o conhecimento teórico e prático.

O Curso Técnico em Comércio está organizado em regime modular, com carga horária total de 800 horas aula, distribuídas em componentes curriculares com hora/aula de 50min, em 3 semestres letivos, no turno noturno.

Considerando que um currículo fundamenta-se na construção conjunta de conhecimentos gerais e específicos para formação do cidadão e sua inserção no mundo do trabalho e que o desenvolvimento de competências envolve conhecimentos, práticas, atitudes e mobiliza todo esse conjunto na realização do trabalho concreto, desenvolver uma proposta curricular para o Ensino centrado no desenvolvimento de competências pressupõe uma metodologia que possibilite uma relação dialógica, entre as diversas ações pedagógicas, as competências e áreas de conhecimento e os atores envolvidos, cujo percurso da prática atenda ao desafio de trabalhar inúmeras competências de múltiplas aplicabilidades, de forma contextualizada e problematizadora, seguindo os princípios éticos.

## **5.1 Matriz Curricular**

O Curso técnico em Comércio está organizado em regime modular semestral com uma carga horária de componentes curriculares de 800 horas distribuídas em 03 (três) semestres letivos. O Quadro 1 descreve a matriz curricular do curso proposto.

**Quadro 1 – MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE TÉCNICO EM COMÉRCIO.**

<b>MATRIZ DO CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO</b>		
<b>FORMA SUBSEQUENTE AO ENSINO MÉDIO</b>		
<b>COMPONENTE CURRICULAR</b>		
<b>MÓDULO I</b>	<b>CH</b>	<b>CH Semanal</b>
Redação Empresarial	60	3
Métodos e Técnicas de Administração	60	3
Informática Básica	40	2
Metodologia do Trabalho Científico	40	2
Ética e Responsabilidade Social	40	2
Gestão da Qualidade	40	2
Cultura, Clima e Comportamento Organizacional	40	2
<b>SUBTOTAL</b>	<b>320</b>	<b>16</b>
<b>MÓDULO II</b>	<b>CH</b>	<b>CH Semanal</b>
Empreendedorismo	40	2
Contabilidade e Planejamento Tributário	40	2
Informática Aplicada ao Comércio Eletrônico	40	2
Teoria de Varejo	40	2
Matemática Comercial	40	2
Economia de Mercado	40	2
Direito do Consumidor e Empresarial	40	2
Negociação	40	2
<b>SUBTOTAL</b>	<b>320</b>	<b>16</b>
<b>MÓDULO III</b>	<b>CH TOTAL</b>	<b>CH Semanal</b>
Administração Mercadológica	40	2
Gestão e Técnicas de Vendas	60	3
Custo e Formação de Preço	40	2
Pesquisa de Mercado	40	2
Processo e Gestão de Compras	60	3
Gestão de Materiais	40	2
Seminários de Comércio	40	2
<b>SUBTOTAL</b>	<b>320</b>	<b>16</b>
<b>TOTAL DE HORAS/AULA</b>	<b>960 horas/aula</b>	
<b>TOTAL GERAL DE HORAS DO CURSO</b>	<b>800 horas</b>	

## 6 EMENTÁRIO

### 6.1 Componentes Curriculares do Módulo I

<b>COMPONENTE CURRICULAR: REDAÇÃO EMPRESARIAL</b>	
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL: 60 HORAS</b>	<b>CARGA HORÁRIA SEMANAL: 3 HORAS</b>
<b>OBJETIVOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>● Elaborar textos orais e escritos fundamentados em teorias, critérios e princípios linguísticos e gramaticais.</li><li>● Compreender de forma simplificada as classes gramaticais.</li><li>● Produzir textos técnicos obedecendo a norma culta da Gramática da Língua Portuguesa.</li><li>● Compreender a Língua Portuguesa como processo de comunicação e de socialização.</li></ul>	
<b>EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>● Funções da linguagem aplicadas ao discurso: Língua, Fala, Linguagem. Elementos da Comunicação. Funções da Linguagem. Níveis de Linguagem. Usos da Linguagem. Variações Linguísticas.</li><li>● Classes gramaticais: Artigos, Substantivos e Adjetivos. Pronomes, Conjunções e Advérbios. Numerais. Preposições. Verbos.</li><li>● Tipologias textuais: Tipologias Textuais/ Gêneros Discursivos. Estrutura do texto dissertativo. Texto argumentativo. Leitura e Compreensão de Textos.</li><li>● Comunicação oral: Língua Oral.</li><li>● Léxico: Vocabulário. Denotação e Conotação. Polissemia e Homonímia. Antônimos e Sinônimos.</li><li>● Ortografia, acentuação e pontuação.</li><li>● Gêneros textuais da redação empresarial: Currículo, Carta de Apresentação, Entrevista De Emprego; Circular, Memorando, Minuta; Atestado, Declaração; Regulamento, Convocação, Aviso; Ordem De Serviço, Recibo; Ofício, Requerimento; Procuração; Ata; Relatórios; Cartas; E-Mail.</li></ul>	
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	
ALMEIDA, N. M. de. Gramática Metódica da Língua Portuguesa. São Paulo: Saraiva, 2005. AZEVEDO, José Carlos (org). Língua Portuguesa em debate: conhecimento e ensino. Petrópolis: Vozes, 2003.	



MARTINS, Dileta Silveira. ZILBERKNOP, Lúbia Sciliar. Português Instrumental. 23ª ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2002.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CASTILHO, A. T. de. **Nova gramática do português brasileiro**. São Paulo. Editora: Contexto, 2010.

MARTINS, D. S. Português instrumental: **de acordo com as atuais normas da ABNT**. São Paulo. Editora: Atlas, 2010.

SILVA, Maurício. **O novo acordo ortográfico da Língua Portuguesa: o que muda, o que não muda**, 4.reimp. São Paulo: 2009.

### COMPONENTE CURRICULAR: MÉTODOS E TÉCNICAS DE ADMINISTRAÇÃO

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60 HORAS

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 3 HORAS

#### OBJETIVOS

- Aprender as principais técnicas utilizadas nas organizações;
- Desenvolver os fundamentos conceituais relacionados à área de administração;
- Entender a estrutura organizacional das empresas;
- Compreender a contemporaneidade da administração.

#### EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)

- Fundamentos da administração: Conceito de Administração, habilidades e funções do administrador; Áreas funcionais e ambiente organizacional; Processo administrativo: Planejamento, Controle e Coordenação/direção.
- Estrutura Organizacional: Conceito e generalidades; Tipos de Estrutura; Características, vantagens e desvantagens de cada tipo de estrutura; Departamentalização (Tipos e Característica); Descentralização, centralização e delegação.
- Organogramas e fluxogramas: Conceitos e tipos; Componentes de um sistema; Componentes de uma tarefa; Símbolos de um gráfico; *Lay-out*: conceituação e tipologia.
- O papel social das organizações e tendências e perspectiva na Administração.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHIAVENATO, I. Iniciação à Sistemas, Organizações e Métodos. Baurueri, SP: Manole, 2010

GONÇALVES, Claudinei Pereira. Métodos e técnicas administrativas. Curitiba: Livro técnico, 2011

MAXIMIANO, Antônio. Teoria geral da administração: da revolução urbana a revolução digital. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2017

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ANDRADE, O.B., AMBONI, N. **Fundamentos de administração para cursos de gestão.** São Paulo: Campus, 2010

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução a Administração.** 8º Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MORAES, A.M.P. **Iniciação ao Estudo da Administração.** 3ed. São Paulo: Makron Books, 2004.

#### **COMPONENTE CURRICULAR: INFORMÁTICA BÁSICA**

**CARGA HORÁRIA TOTAL: 40 HORAS**

**CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS**

#### **OBJETIVOS**

- Compreender os conceitos básicos relacionados à Tecnologia da Informação, como hardware, software, ferramentas de internet e operações básicas de utilização de sistema operacional;
- Aplicar conhecimentos acerca de técnicas de organização e apresentação de slides, possibilitando ao aluno o uso da ferramenta;
- Operar edição e formatação adequadamente de redações comerciais e trabalhos acadêmicos obedecendo a normas de padronização de documentos, e de demais documentos;
- Operar adequadamente edição, formatação, criação de fórmulas, gráficos e manipulação de dados de Planilhas eletrônicas, especialmente apresentando soluções para cenários de gestão financeira, classificação e análise de dados;

#### **EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Conceitos básicos de Tecnologia da Informação: 1.1 Conceitos de informática, hardware, software e noções de pastas e arquivos em sistemas operacionais. 1.2 Internet, extranet e intranet: conceitos, tecnologias e aplicações. 1.3 Tecnologias de Internet para gestão: sistemas de busca

(técnicas de busca), correio eletrônico, calendário virtual, gerenciadores de tempo e projetos e formulários online.

- Técnicas de Apresentação de Slides: 2.1 Edições, formatações e inserções em slide. 2.2 Slide: design, transição, slide mestre e apresentação.
- Editor de Texto: edição e formatação de redações comerciais e trabalhos acadêmicos. 3.1 Guia Página Inicial: operações (selecionar, recortar, copiar e colar), atalhos e formatações básicas em páginas, textos e parágrafos, marcadores e numeração. 3.2 Inserções no documento: imagens, tabelas, links, gráficos, numeração de páginas, cabeçalho e rodapé, nota de rodapé. 3.3 Guia Layout de página: configurar página e parágrafos. 3.4 Índices e referências: sumário e referência ABNT automáticos. 3.5 Revisão do documento.
- Planilhas Eletrônicas: 4.1 Estrutura básica: colunas, linhas, células, barra de fórmulas, caixa de nome e manipulação de planilhas. 4.2 Navegação e seleção de planilhas. 4.3 Tipos de dados e operações (aritméticos, comparação e referência). 4.4 Funções de básicas: comuns, financeira, estatísticas e lógicas. 4.5. Operando dados: obtenção e classificação de dados.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARÇULA, Marcelo; FILHO, P. A. Benini. **Informática - Conceitos e Aplicações**. 4ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

MANZANO, André Liz N. G; et al. **Estudo Dirigido de Informática Básica**. 7ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

2FERREIRA, Maria Cecília. **Informática Aplicada**. 3ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ABDALLA, Samuel Lilo; GUESSE, André De Almeida. **Informática para Concursos Públicos**. 1ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2012.

DE SORDI, José Osvaldo. **Administração de Sistemas de Informação**. 2ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2019.

MATTAR, João. **Metodologia Científica - Na Era da Informática**. 4ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

<b>COMPONENTE CURRICULAR: METODOLOGIA DO TRABALHO CIENTIFICO</b>	
CARGA HORÁRIA ANUAL: 40	CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2
<b>OBJETIVOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entender o que diferencia pensamento científico do senso comum;</li> <li>● Compreender o que constitui o pensamento científico, a partir dos seus fundamentos epistemológicos;</li> <li>● Refletir sobre a relação entre ética e prática científica;</li> <li>● Utilizar técnicas de estudos e normas de redação na elaboração de trabalhos acadêmicos;</li> <li>● Compreender os fundamentos filosóficos, técnicos e metodológicos necessários para a realização de pesquisa e projetos científicos.</li> <li>● Refletir sobre a importância das pesquisas de natureza qualitativa e quantitativa;</li> </ul>	
<b>EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● O conhecimento científico: Ordem e desordem no âmbito da constituição do senso comum e da razão;</li> <li>● A construção do conhecimento científico;</li> <li>● O método positivista: maturidade do espírito humano (ciência), diante da mentalidade mítica e da razão filosófica.</li> <li>● Teoria e Método científico : As comunidades científicas; Receita de uma ciência: método, objeto de estudo, conceitos e teorias; Métodos qualitativo e quantitativo.</li> <li>● A ABNT - Associação Brasileira de Normas e Técnicas: normas orientadoras da formatação de trabalhos acadêmicos.</li> <li>● Formatação de textos acadêmicos: como padronizar um texto, de acordo com a ABNT?</li> <li>● Apresentação gráfica do trabalho acadêmico: margem, formato, espaçamento, notas de rodapé, paginação;</li> <li>● Orientações e práticas para elaboração de resumos, resenhas, e artigos. Projeto de pesquisa (introdução).</li> </ul>	
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	

ARAÚJO, Silvia Maria de. **Sociologia: um olhar crítico.** / Silvia Maria de Araújo, Maria Aparecida Bridi, Benilde Lenzi Motim - São Paulo: Contexto, 2009.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023:** informação e documentação - referências - elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS: **NBR 10719:** informação e documentação: relatório e/ou científico: apresentação. 4. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2015.

CARVALHO, Maria Cecília M. **Construindo o saber. Metodologia científica, fundamentos e técnicas.** São Paulo: Papirus, 1997.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese.** 14ª ed. São Paulo: Perspectiva S.A. 1996.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica.** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1993.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia Científica: guia para eficiência nos estudos.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação.** São Paulo: Cortez, 1998. Universidade de São Paulo. Escola de Enfermagem. Biblioteca "Wanda de Aguiar Horta". Guia prático para elaboração de dissertação, tese, monografia e projeto de pesquisa / Juliana Akie Takahashi, Neide Bombeiro Filet, Sonia Maria Gardim, Yuka Saheki. – São Paulo, 2017.

#### COMPONENTE CURRICULAR: ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

CARGA HORÁRIA TOTAL: 40 HORAS

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS

#### OBJETIVOS

- Compreender os conceitos de ética e responsabilidade social no âmbito dos acontecimentos sociais, políticos e culturais;
- Entender que existe um comportamento ético e socialmente responsável na gestão comercial; perceber como as diferenças culturais interferem no funcionamento dos espaços empresariais;
- Compreender os conceitos de desenvolvimento sustentável e consumo consciente como mecanismos que estimulam e promovem a ética e a

responsabilidade social;

- Perceber as relações entre responsabilidade social e as economias globais; reconhecer a função de um código de ética nas organizações.

#### **EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Fundamentos da ética e da moral. Relação entre ética e cultura ocidental. Trabalho, empresariado e a sociedade.
- A ética empresarial, globalização e as diferenças culturais.
- Responsabilidade social no contexto da globalização.
- A atuação profissional imbricada à questão ética.
- O código de ética adotado pelas organizações.
- Corrupção e negócios.
- Desenvolvimento sustentável e consumo consciente.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

MATTAR NETO, João Augusto. 2ª Edição. **Filosofia e Ética na Administração**. São Paulo: Saraiva. 2010.

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

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

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BAUMAN, Zygmunt. **Em busca da política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2000.

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

OLIVEIRA, M. (Org.). **Correntes fundamentais da ética contemporânea**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

#### **COMPONENTE CURRICULAR: GESTÃO DA QUALIDADE**

CARGA HORÁRIA (CH): 40h

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2h

#### **OBJETIVOS**

- Reconhecer situações-problema (fenômenos, sistemas naturais ou sistemas tecnológicos), utilizando ferramentas da Estatística; Transformar em tabelas e gráficos algumas situações dadas em linguagem discursiva; ler e analisar diferentes tipos de textos com informações apresentadas em linguagem estatística ou que envolvam dados organizados em tabelas e gráficos; apresentar as teorias da Qualidade a partir de seus pensadores;

- Conhecer, entender e aplicar aspectos relacionados às atividades da gestão da qualidade e gestão dos processos;
- Utilizar-se das ferramentas da qualidade para racionalização dos processos;
- Compreender os conceitos que fundamentam o Controle Estatístico da Qualidade. Fornecer as bases para as atividades de estabilização de processos e melhoria da capacidade de processos. Apresentar e utilizar as ferramentas estatísticas de monitoramento e otimização experimental de processos, como também o acesso ao conhecimento do conjunto de normas ISO 9001.

#### **EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Definições e conceitos estatísticos básicos: Variável, censo, amostragem, amostra e população;
- Organização de dados: listas, quadros, tabelas e gráficos;
- Distribuição de frequência: construção e elementos. Medidas de tendência central e de posição: Média, mediana, moda e separatrizes; Medidas de dispersão: amplitude, variância, desvio padrão;
- Filosofia da qualidade.
- Ciclo do produto (projeto, produção, inspeção e teste).
- Ferramentas da Qualidade.
- Gestão de processos.
- Controle e indicadores de qualidade.
- Controle estatístico de processo.
- Gráficos de controle para variáveis, Gráficos de controle para atributos. Estudos de Capabilidade do processo.
- Qualidade como ferramenta gerencial.
- ISO 9001 – conjunto de normas

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

LOBO, RENATO NOGUEIROL. Gestão da Qualidade. 1 ed. – São Paulo - Editora Érica, 2011.

LOBO, RENATO NOGUEIROL; SILVA, DAMIAO LIMEIRA DA. Gestão da qualidade: diretrizes, ferramentas, métodos e normatização. 1 ed. – São Paulo - Editora Érica, 2018.

CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. Gestão da qualidade: conceitos e técnicas/ 1 ed/ Editora Atlas 2016.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

PALADINI, Edson P. Gestão estratégica da qualidade: princípios, métodos e processos/ 2 ed/ Editora Atlas, 2009.

LUCINDA, Marco Antônio. Qualidade: Fundamentos e práticas/ 1 ed/ Brasport, 2010.

PALADINI, E.P. Gestão da qualidade: teoria e prática. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

### COMPONENTE CURRICULAR: CULTURA, CLIMA e COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

CARGA HORÁRIA (CH): 40h

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2h

#### OBJETIVOS

- Compreender a Cultura, Clima e Mudança Organizacional;
- Construir uma compreensão sobre as relações interpessoais e o comportamento dos grupos humanos e das lideranças nas organizações;
- Discernir os modelos motivacionais, gestão/liderança, cultura e clima organizacionais adequados ao sucesso da organização.

#### EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)

- Cultura Organizacional: O que é cultura organizacional e o que fazem as culturas. Como os funcionários aprendem a cultura e ajustando as pessoas a cultura.
- Clima organizacional: Conceito; Implicações no conceito individual e organizacional.
- Comportamento organizacional: Conceito; Comportamento individual nas organizações: atitudes, satisfação no trabalho, percepção, tomada de decisão e motivação. Comportamento grupal: fundamentos do comportamento em grupo, coesão nos grupos, diferenciação entre os grupos, tipos de grupos, liderança, conflito e negociação. Mudança Organizacional e elementos da mudança organizacional.

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional: A dinâmica do sucesso das organizações**. São Paulo: Manole, 2014.

SHEIN, Edgar H. **Cultura Organizacional e Liderança**. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Alexandre Alberto Leite. BECKERT, Mara Cesário Pereira. JOHANN, Silvio Luiz. MOREIRA, Vera Susana Lassance. **Gestão da Mudança e Cultura Organizacional**. São Paulo: FGV, 2015.



<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>
COSTA, Érico da Silva. <b>Gestão de pessoas e equipe: guia do educador</b> . Curitiba: Livro técnico, 2010.
BERGUE, Sandro Trescastro. <b>Cultura e Mudança Organizacional</b> . Brasília: Capes, 2010.
BERGUE, Sandro Trescastro. <b>Comportamento Organizacional</b> . Brasília: Capes, 2010.

## 6.2 Componentes Curriculares do Módulo II

<b>COMPONENTE CURRICULAR: EMPREENDEDORISMO</b>	
<b>CARGA HORÁRIA SEMESTRE: 40</b>	<b>CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS</b>
<b>OBJETIVOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desenvolver a capacidade empreendedora, dando ênfase ao perfil do empreendedor, apresentando técnicas de identificação e aproveitamento de oportunidades, na aquisição e gerenciamento de recursos necessários ao negócio, estimulando a criatividade e a aprendizagem proativa.</li> <li>● Despertar o espírito empreendedor, ajudando-o a entender seu potencial e suas características, bem como os fatores críticos de sucesso através do estudo de casos reais;</li> <li>● Desenvolver a capacidade empreendedora por meio de atividades teóricas e práticas, estimulando e dando ferramentas àqueles cuja vocação e/ou vontade profissional estiver direcionada à criação de uma empresa ou àqueles que usarão as competências e habilidades adquiridas em outras situações de sua vida profissional, dentro do contexto atual das tecnologias da informação, dos novos modelos organizacionais e dos processos e sistemas de inovação tecnológica.</li> </ul>	
<b>EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Conceito; Origem; Evolução do Empreendedorismo - Contexto nacional e mundial.</li> <li>● Perfil Empreendedor;</li> <li>● Atitudes e Habilidades Empreendedoras. Intraempreendedor x empreendedor;</li> <li>● Organização Intraempreendedora. Desenvolvendo Perfil Empreendedor dentro da Organização. O Processo Empreendedor;</li> </ul>	

- As diferentes maneiras de empreender. Empreendedorismo Social x Corporativo.
- Práticas de Empreendedorismo As práticas de trabalho, caracterizando-as na dimensão de um saber vinculado à realidade social e econômica do setor em que atua (Brasil x Mundo).

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4ª ed. Barueri: Manole, 2012.

MAXIMINIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para empreendedores. – 2 ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

BERNARDI, Luiz Antônio. Manual do plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2007.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3 ed. São Paulo: Campus, 2008.

### **COMPONENTE CURRICULAR: CONTABILIDADE e PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO**

**CARGA HORÁRIA TOTAL: 40  
HORAS**

**CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS**

#### **OBJETIVOS**

- Compreender as leis tributárias (Federal, Estadual e Municipal) relacionadas à área de formação;
- Obter uma noção básica de impostos, taxas e contribuições corporativas relacionados ao setor;
- Desenvolver, em sala de aula, a prática do planejamento tributário vinculado ao setor de comércio.

#### **EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Contabilidade adequada a Legislação Tributária;
- Contabilização: IRPJ, ICMS, IPI, ISS, COFINS, PIS, Contribuição Social sobre o Lucro;
- Tributação: microempresas e empresas de pequeno porte (SIMPLES), Lucro Presumido, Lucro Estimado, Lucro Real, Lucro Arbitrado e Planejamento Tributário.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

Barboza, Jovi. Contabilidade e Planejamento Tributário – 9ª. ed. / Jovi Barboza -- Maringá, PR : Editora Projus, 2017.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade básica. 30 ed. Saraiva. São Paulo, 2017.

GRECO, Alvíso Lahorgue. Contabilidade: teoria e prática básica. 5 ed. Saraiva: São Paulo, 2016.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de custos. 10 ed. Saraiva: São Paulo, 2018.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade geral . Saraiva: São Paulo, 2018.

Ribeiro, Maisa de Souza. Contabilidade . Saraiva: São Paulo, 2010.

MORETTIN, Pedro. Introdução ao cálculo para administração, economia e contabilidade. Saraiva: São Paulo, 2018.

### **COMPONENTE CURRICULAR: INFORMÁTICA APLICADA AO COMÉRCIO ELETRÔNICO**

CARGA HORÁRIA (CH): 40h

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2h

#### **OBJETIVOS**

- Conhecer softwares de Gestão Empresarial, em especial nas áreas Comercial e Financeira por meio da tecnologia relacionada ao Comércio Eletrônico;
- Apresentar a importância e as vantagens de implementação de processos de tecnologia da informação e comunicação em uma organização.
- Desenvolver conhecimento básico da infraestrutura envolvida na gestão de sites de comércio eletrônico.

#### **EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- A informática como ferramenta estratégica para a Administração.
- Softwares de Gestão de Empresarial (ERP, CRM, SIG, SIGE, entre outros).
- Integração de ferramentas de gestão empresarial com soluções de Comércio Eletrônico (E-Commerce).
- Comércio eletrônico: definição, características e finalidade.
- Ferramentas de criação de lojas virtuais e aplicação de conceitos de design e usabilidade na web. Instrumentos para propaganda. Medição de audiência.
- O comércio eletrônico no Brasil.
- 

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

MORAIS, Felipe. **Planejamento estratégico digital**. 2ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.  
 FERREIRA, Maria Cecília. **Informática Aplicada**. 3ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.  
 KROENKE, David. **Sistemas de informação gerenciais**. 1ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

MARÇULA, Marcelo; FILHO, P. A. Benini. **Informática - Conceitos e Aplicações**. 4ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.  
 MANZANO, André Liz N. G; et al. **Estudo Dirigido de Informática Básica**. 7ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.  
 DE SORDI, José Osvaldo. **Administração de Sistemas de Informação**. 2ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2019.

**COMPONENTE CURRICULAR: TEORIA DO VAREJO**

**CARGA HORÁRIA TOTAL: 40  
HORAS**

**CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS**

**OBJETIVOS**

- Conhecer a importância do varejo no Brasil;
- Compreender o segmento do varejo e suas tendências;
- Entender as estratégias varejistas e a importância do *layout* e a exposição de produtos para conquistar os clientes;
- Explorar as tendências futuras do varejo.

**EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Significado econômico do varejo no Brasil;
- O Varejo, suas principais formas e classificação;
- Varejo e Serviços, principais aspectos operacionais;
- Conceitos de mix de serviços no varejo;
- Serviços no pequeno varejo. Capacitação para o desempenho em serviço: qualidade, produtividade e flexibilidade;
- Comportamento do consumidor no varejo;
- Entendendo os desejos dos clientes;
- Estratégia varejista – Administração de varejo e de serviços;
- Gestão de estoques compras e abastecimento no varejo;
- Apresentação, layout e exposição de produtos – Localização varejista.
- Capital humano e Gestão Varejista;
- Gestão de marca e imagem no varejo;
- Perspectivas e tendências futuras do setor.

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MATTAR, Fauze Najib. Administração de varejo. São Paulo: Atlas, 2011.

MOLA, Jefferson; ROCHA, Marcos. Varejo. São Paulo: Saraivauni, 2018.

PARENTE, Juracy; BARKI, Edgard. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2014.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ÂNGELO, Claudio F. de. **Varejo Competitivo – Volume 14**. 1ª Edição. Editora Saint Paul, 2009

ÂNGELO, Claudio Felisoni de; GIANGRANDE, Vera. **Marketing de Relacionamento no Varejo**. 1ª Edição. Saint Paul, 2007.

CASAS, Alexandre Luzzi La. Marketing de varejo. São Paulo: Atlas, 2013.

### COMPONENTE CURRICULAR: MATEMÁTICA COMERCIAL

**CARGA HORÁRIA TOTAL: 40  
HORAS**

**CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS**

#### OBJETIVOS

- Aplicar na área de seu interesse os conceitos de Matemática Comercial;
- Calcular e interpretar o conceito de juro;
- Diferenciar taxas nominais, taxas efetivas e taxas reais de juros;
- Resolver problemas envolvendo juros simples, juros compostos e descontos;
- Compreender por meio de exemplos práticos, os conceitos da Matemática Comercial e suas aplicações.
- Calcular medidas e dados estatísticos e avaliar as informações contidas em conjunto de dados.

#### EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)

- Valor do dinheiro no tempo. Operações Comerciais: Porcentagem; acréscimos; descontos e taxa de lucro.
- Conceitos de juros, capitalização simples, capitalização composta, desconto e taxa de desconto.
- Taxas nominais, efetivas e reais. Séries de pagamentos e o sistema de amortização. Critérios de correção monetária e inflação. Noções de

Estatística.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BOYER, Carl B. História da Matemática. EDGARD BUCHER, 2012.  
MILONE, G. Matemática financeira. São Paulo: Thomson Learning. 2006.  
IEZZI, Gelson; DEGENSZAJN, David. Fundamentos de matemática elementar: matemática comercial, financeira, estatística. Volume 11. São Paulo: Atual, 2004.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

D'AMBROSIO, Ubiratan. Educação Matemática: da teoria à prática. Papirus Editora, 1996.  
ASSAF NETO, Alexandre. Matemática Financeira e suas aplicações. 12a ed. São Paulo: Atlas. 2012.  
KUHLEN, Osmar Leonardo. Matemática financeira aplicada e análise de investimentos. São Paulo: Atlas, 1994

#### **COMPONENTE CURRICULAR: ECONOMIA DE MERCADO**

**CARGA HORÁRIA TOTAL: 40**

**CARGA HORÁRIA SEMANAL: 02**

#### **OBJETIVOS**

- Compreender as variáveis econômicas e seus impactos sobre o controle de empresas da área comercial.
- 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.

#### **EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Introdução à Economia: Conceitos.
- Demanda e oferta.
- Mercados concorrenciais.
- Conceitos básicos da teoria econômica vinculados a análise microeconômica e macroeconômica.

- A economia política da globalização e as novas relações com a economia internacional.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

VASCONCELLOS, M.A. S. de; LOPES, L.M; **Manual de Macroeconomia básico e intermediário**. 3 edição. São Paulo: Atlas. 2011.

ROSSETTI, J. P. **Introdução a economia**. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

VASCONCELLOS, M. A. S. de; A. S.; GARCIA, G. **Fundamentos da economia**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

VASCONCELLOS, M. A. S. de. **Economia micro e macro: teoria e exercícios, glossário com os 300 principais conceitos econômicos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MAIA, J. de M. **Economia internacional e comércio exterior**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2006

MARIANO. J. **Introdução a Economia**. Editora: Ciência Moderna, 2012.

#### **COMPONENTE CURRICULAR: DIREITO DO CONSUMIDOR e EMPRESARIAL**

CARGA HORÁRIA (CH): 40h

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2h

#### **OBJETIVOS**

- Conhecer e interpretar os principais aspectos da legislação que rege a atividade empresarial e as relações de consumo, atinentes à prática comercial.

#### **EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Consumidor e fornecedor; produtos e serviços; características da relação de consumo; direitos básicos do consumidor; responsabilidade civil do fornecedor e suas excludentes; oferta e publicidade; práticas abusivas; prazos aplicáveis à relação consumerista; proteção dos consumidores.
- Pessoa física e pessoa jurídica; conceito de empresário; empresário individual e sociedade empresária; sociedades simples e sociedades empresariais; tipos de sociedade; classificação das sociedades empresárias; regime jurídico da micro e pequena empresa; responsabilidade civil.
- 

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

ALMEIDA, F. B. **Direito do Consumidor Esquematizado**. 7. ed. Saraiva: São Paulo, 2019.

DE ALMEIDA, J. B. **Manual de Direito do Consumidor**. 6. ed. Saraiva: São Paulo, 2015.

TOMAZETTE, M. **Curso de Direito Empresarial**. 10. ed. Saraiva: São Paulo, 2019.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

NEGRÃO, R. **Manual de Direito Empresarial**. 9. ed. Saraiva: São Paulo, 2019.

RIZZATTO NUNES, L. A. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 8. ed. Saraiva: São Paulo, 2015.

#### **COMPONENTE CURRICULAR: NEGOCIAÇÃO**

CARGA HORÁRIA (CH): 40h

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2h

#### **OBJETIVOS**

- Desenvolver conhecimentos e competências de negociação, nomeadamente ao nível dos procedimentos e técnicas de consecução de acordos, numa perspectiva de aprofundamento do relacionamento entre as partes.
- Promover o desenvolvimento de competências pessoais em técnicas de vendas, ao serviço da satisfação eficiente de necessidades e expectativas dos clientes.

#### **EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Introdução à negociação empresarial, conceituação básica.
- O processo de negociação para compra e venda.
- Perspectiva sistêmica e modelo integrado de negociação.
- Variáveis básicas da negociação.
- O papel do negociador.
- Relações Interpessoais e a importância da comunicação para a negociação.
- Negociação e o processo decisório.
- Planejamento de negociação.
- A ética nas negociações.

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

CARVALHAL, E. et. al. **Negociação e administração de conflitos**. Rio de Janeiro, FGV, 2006.



LEWICKI, Roy.L.; SAUNDERS, David.M.; MINTON, John W. Fundamentos da negociação. São Paulo, Ed. Bookman, 2004.

ANDRADE, Rui O. Bernardes; ALYRIO, R. Danilo; MACEDO, Marcelo A. da Silva. Princípios de negociação: ferramentas e gestão. 2ª edição, São Paulo, Ed. Atlas, 2007.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

WACHOWICZ, M. C. **Conflito e negociação**. Curitiba: Intersaberes, 2012

MELLO, José Carlos Martins. Negociação baseada em estratégia. São Paulo. Ed. Atlas, 2005.

THOMPSON, L. O negociador. São Paulo: Pearson, 2009

### **6.3 Componentes curriculares do Módulo III**

<b>COMPONENTE CURRICULAR: ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA</b>	
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL: 40 HORAS</b>	<b>CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS</b>
<b>OBJETIVOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>● Compreender o marketing como área fundamental para a valorização e divulgação;</li><li>● Elaborar e avaliar o plano de <i>marketing</i> para evolução de ações mercadológicas;</li><li>● Analisar efeitos dos fatores: produto ou serviço, preço, promoção e praça (distribuição), na composição da estratégia comercial;</li><li>● Conhecer o composto de marketing;</li><li>● Utilizar os métodos e técnicas de comunicação;</li><li>● Identificar o mercado alvo e o comportamento dos consumidores.</li><li>● Entender a importância das ferramentas tecnológicas para divulgação da marca.</li></ul>	
<b>EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>● Marketing: Conceito; Plano de Marketing: planejamento comercial, organização e estratégia comercial;</li><li>● Ambiente de Marketing: Principais forças do macroambiente (demográfico,</li></ul>	

econômico, natural, tecnológico, político-legal e sociocultural);

- Composto de Marketing: Métodos e técnicas para identificação das variáveis de preço: preço básico, descontos, prazos e outras; Métodos e técnicas para identificação das variáveis de produto ou serviço: características, “design”, qualidade, embalagem, ciclo de vida do produto e outras; Métodos e técnicas para identificação das variáveis da praça (distribuição): formas e canais de distribuição, distribuição física, transportes, armazenagem, e outras; Métodos e técnicas para identificação das variáveis de comunicação empresarial: propaganda, publicidade, promoção de venda, relações-públicas, e outras;
- Métodos e técnicas de comunicação para preparação de cartazes, “design” de lojas e seus equipamentos, arrumação de vitrines;
- Segmentação de mercados e mercado-alvo;
- Comportamento do consumidor;
- Marketing Digital;
- Marketing Direto.

#### BIBLIOGRAFIA BASICA

ARMSTRONG, G; KOTLER, Philip. **Princípios de Marketing**. 12<sup>o</sup> ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 1<sup>a</sup> ed. São Paulo: Ed. Campus, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CHURCHIL, J.;GILBERT, A.;PETER, J. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2010.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

RODRIGUES, Alziro; EVERS, Aline; AAKER, David A. **Administração Estratégica de Mercado**. São Paulo: Bookman, 2012.

<b>COMPONENTE CURRICULAR: GESTÃO E TÉCNICAS DE VENDAS</b>	
<b>CARGA HORÁRIA (CH): 60h</b>	<b>CARGA HORÁRIA SEMANAL: 3h</b>
<b>OBJETIVOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Conhecer o conceito de vendas;</li> <li>● Compreender o processo de vendas e a forma de administrar;</li> <li>● Desenvolver os relatórios comerciais aplicado nas organizações;</li> <li>● Entender a importância das ferramentas tecnológicas como auxiliar do processo de vendas.</li> </ul>	
<b>EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Vendas: Conceito; Atividade de vendas; Atualidade em vendas; O cenário para vendas; A evolução da venda; O papel do vendedor;</li> <li>● Processo de vendas: Relacionamento baseado em valor; O processo de venda e sua relação com o mercado; Identificação das atividades de compras;</li> <li>● Administração de vendas: Estrutura, sistemas e estratégias de vendas; Informações e práticas gerenciais;</li> <li>● As funções e os tipos de vendas;</li> <li>● Mix entre clientes, produtos e territórios;</li> <li>● Relacionamento comercial: a negociação e o comportamento do consumidor.</li> <li>● Relatórios comerciais.</li> <li>● A tecnologia e a administração de vendas.</li> <li>● Merchandising</li> </ul>	
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	
<p>COBRA, Marcos. <b>Administração de vendas</b>.5º ed. São Paulo: Atlas, 2014.</p> <p>DIAS, S.(Org.). <b>Gestão de Marketing</b>. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.</p> <p>MEINBERG, Jose Luiz. <b>Gestão de vendas</b>. 5º ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.</p>	
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>	
<p>CASTRO, L.T.; NEVES, M.F. <b>Administração de vendas</b>. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>CHURCHIL, J.;GILBERT, A.;PETER, J. <b>Marketing: criando valor para os clientes</b>. São Paulo: Saraiva, 2010.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. <b>Administração de vendas</b>. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.</p>	

COMPONENTE CURRICULAR: CUSTO E FORMAÇÃO DE PREÇO	
CARGA HORÁRIA TOTAL: 40 HORAS	CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS
OBJETIVOS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificar os custos, Compreender a composição dos preços;</li> <li>● Conhecer os conceitos e terminologias de custos;</li> <li>● Diferenciar os tipos de custos;</li> <li>● Calcular e estruturar a formação de preços.</li> </ul>	
EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Visão gerencial dos custos no comércio, na prestação de serviços e na indústria.</li> <li>● Terminologias dos custos.</li> <li>● Classificação dos custos.</li> <li>● Métodos de custeamento.</li> <li>● Departamentalização e rateio de custos.</li> <li>● Tributos: a influência na formação dos preços.</li> <li>● Apuração do preço</li> <li>● Formação de preços</li> </ul>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
<p>ROSSETTI, J. P. <b>Introdução a economia</b>. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2003.</p> <p>SOUZA, L.E, KULPA, L.,DUBOIS. A. <b>Gestão de Custos e Formação de Preços.Conceitos, Modelos e Instrumentos: Abordagem do Capital de Giro e da Margem de Competitividade</b> – 1 jan. 2009.</p> <p>MARIANO. J. <b>Introdução a Economia</b>. Editora: Ciência Moderna, 2012</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	
<p>VASCONCELLOS, M. A. S. de. <b>Economia micro e macro: teoria e exercícios, glossário com os 300 principais conceitos econômicos</b>. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008</p> <p>VASCONCELLOS, M. A. S. de; A. S.; GARCIA, G. <b>Fundamentos da economia</b>. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2004</p> <p>PINDYCK, Robert; RUBINFELD, Daniel. <b>Microeconomia</b>, 8 Edição, Editora: Pearson, 2018.</p>	

COMPONENTE CURRICULAR: PESQUISA DE MERCADO	
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL: 40 HORAS</b>	<b>CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS</b>
OBJETIVOS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificar características e metodologias de pesquisas econômicas, de mercado e tecnológicas.</li> <li>● Planejar pesquisas em campo, selecionando as técnicas mais apropriadas, a partir dos objetivos do trabalho</li> </ul>	
EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Introdução à pesquisa de mercado;</li> <li>● A concepção e tipologia das pesquisas;</li> <li>● O planejamento da pesquisa;</li> <li>● A coleta e a preparação dos dados;</li> <li>● Planejamento de uma pesquisa;</li> <li>● A ética em pesquisa de mercado;</li> <li>● Preparação do relatório final da pesquisa;</li> <li>● Pesquisa de satisfação do cliente.</li> </ul>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
<p>CASTRO, Guilherme Caldas; PINHEIRO, Roberto Meireles; SILVA, Helder Haddad; NUNES, Jose M. Goncalves. <b>Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado</b>. Ed. FGV</p> <p>SAMARA, Beatriz S. e BARROS, José C. <b>Pesquisa de Marketing – Conceitos e Metodologias</b>. São Paulo: Pearson, 2006.</p> <p>SILVA, Helder H; NUNES, José Mauro G.; PINHEIRO, Roberto M; CASTRO, Guilherme C. <b>Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado</b>. São Paulo: FGV, 2004.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	
<p>DUARTE, J.; BARROS, A. <b>Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação</b>. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>TAGLIACARNE, Guglielmo. <b>Pesquisa de Mercado: Técnica e Prática</b>. São Paulo: Atlas.</p> <p>ZIKMUND, Willian G. <b>Princípios de pesquisa de marketing</b>. São Paulo: Thompson, 2006.</p>	

<b>COMPONENTE CURRICULAR: PROCESSO E GESTÃO DE COMPRAS</b>	
<b>CARGA HORÁRIA ANUAL: 60</b>	<b>CARGA HORÁRIA SEMANAL: 3 HORAS</b>
<b>OBJETIVOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificar a necessidade de compras de produto ou serviço da organização;</li> <li>● Compreender as características das compras;</li> <li>● Conhecer os processos licitatórios;</li> <li>● Perceber a importância da pesquisa de preço e condições de pagamento no processo de compras.</li> <li>● Entender a importância do bom relacionamento com os fornecedores.</li> </ul>	
<b>EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● A função compra: objetivos, organização de compras e qualificação de compradores.</li> <li>● Característica das compras: de emergência, compra especulativa, compra contratada, compra antecipada e compra de reposição.</li> <li>● Funções do comprador Licitação: a importância, a obrigatoriedade, as situações em que há dispensa ou inexigibilidade.</li> <li>● Operação do sistema de compras: solicitação de compras, pedido de compra, orçamento de compras e acompanhamento de compras.</li> <li>● Preço-custo: coleta de preços, custos, redução de custos e análise, controle e reajuste de preços.</li> <li>● Condições de compras: prazos, frete, embalagens e condições de pagamento e desconto.</li> <li>● Fontes de fornecimento: classificação de fornecedores, seleção e avaliação de fornecedores e relacionamento com fornecedores.</li> </ul>	
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	
<p>ALMEIDA JR., S. <b>Gestão de Compra</b>. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2012</p> <p>BAILY, Peter; FARMER, David; JESSOP, David; JONES, Davi. <b>Compras: Princípios e administração</b>. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>BALLOU, Ronald H. <b>Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial</b>. 5º ed. São Paulo: Bookman, 2007.</p>	
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>	
<p>ARKADER, R. (Org.). <b>Compras e gerência de fornecimento no Brasil: estudos e casos</b>. Rio de Janeiro: Mauad, 2004</p>	

MARTINS, P. G.; CAMPOS, P. R. A. **Administração de Materiais e Recursos**

**Patrimoniais**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006

PINHEIRO, Antonio Mendes; ALTO, Clélio Feres Monte; ALVES, Paulo Cetano.

**Técnicas de compraS**. Rio de Janeiro: FGV.

#### COMPONENTE CURRICULAR: GESTÃO DE MATERIAIS

CARGA HORÁRIA ANUAL: 40

CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 HORAS

#### OBJETIVOS

- Caracterizar a gestão de recursos materiais, seus objetivos e abrangência, identificando os elementos que a compõem.
- Correlacionar as ações de recursos, tais como: processos de aquisição, gerenciamento de estoque, patrimônio.
- Caracterizar objetivos, dados e informações do planejamento de recursos materiais.
- Reconhecer Modelos inovadores de planejamento de recursos materiais.

#### EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)

- Logística e administração de materiais História, tendências e importância. Atividades primárias e de apoio SCM – Supply Chain Management. CRM – Customer Relationship Management. Organização das áreas de concentração;
- Administração de estoque Objetivos de estoque. Políticas de estoque. Princípios do controle de estoques. Previsão para os estoques. Custo de estoques. Determinação de estoque mínimo. Classificação ABC. Determinação de lote econômico. Sistemas de controle de estoque. MRP, MRP II, JIT, Kanban;
- Avaliação dos estoques Custo médio. Método PEPS – FIFO. Método UEPS – LIFO. Custo de reposição;
- Operações de almoxarifado Localização de materiais. Sistemas de estocagem. Organização das áreas de concentração. Especificação e catalogação de materiais. Padronização de materiais. Classificação e codificação de materiais. Inventários físicos, gerais e rotativos. Atualização e registro de estoque. Embalagem e dispositivos de estocagem. Análise de almoxarifado. Sistemas de estocagem. Equipamentos de movimentação. Problemas na administração de materiais;
- Patrimônio.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos/ logística empresarial / 5 ed / Bookman, 2007.

ARNOLD, J. R. Tony. Administração de materiais. São Paulo, Ed. Atlas, 1999.

DIAS, Marco Aurélio Pereira. Administração de materiais: Princípios, Conceitos e Gestão. 5ª edição, São Paulo, Ed. Atlas, 2005.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BOWERSOX, Donald J. CLOSS, David J. COOPER, M. Bixby, BOWERSOX, John C. Gestão Logística da Cadeia de Suprimento/ 4 ed/ AMG, 2015.

MARTINS, Petrônio Garcia. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. São Paulo, Ed. Saraiva, 2004.

DIAS, Marcos Aurélio. Introdução à Logística. Fundamentos, Práticas e Integração/ 1 ed/ Atlas, 2017.

**COMPONENTE CURRICULAR: SEMINÁRIOS DE COMÉRCIO****CARGA HORÁRIA ANUAL: 40****CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2****OBJETIVOS**

- Compreender diferentes visões e perspectivas sobre os temas relacionados ao comércio.
- Relacionar os temas abordados ao longo dos semestres do curso, com a prática profissional.
- Desenvolver projetos em pesquisa e ou extensão para a comunidade científica e Carolinense.

**EMENTA (BASES TECNOLÓGICAS E CIENTÍFICAS)**

- Noção de metodologia científica para a pesquisa e/ou extensão.
- Temas obrigatoriamente referente ao curso, definidos pelos alunos, para confecção de projetos de pesquisa ou extensão.
- Projetos de pesquisa e em extensão na temática do curso.

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

LAKATOS, Eva Maria; GARCIA, Fundamentos de Metodologia Científica. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Código 001.42/M321f

GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 5ª ed. São Paulo: Atlas,



2010. Código: 001.4/G463c

ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à Metodologia do Trabalho Científico: Elaboração de Trabalhos na Graduação: 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2009. Código: 001.42/A248i

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ALVES, Rubem. Filosofia da ciência: introdução ao jogo e suas regras. Disponível em: <<http://www.livrosparatodos.net/downloads/filosofia-da-ciencia.html>>. Acesso em: 27 jun. 2008.

ALVES-MASZZOTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. O método nas Ciências naturais e sociais : pesquisa quantitativa e qualitativa. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2004.

ANDRADE, Maria Margarida. Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BAPTISTA, Makilim Nunes. Metodologias de pesquisa em ciências: análises quantitativa e qualitativa. Rio de Janeiro: LTC, 2010. 299 p

## **7 CRITÉRIOS DE APROVEITAMENTO DE ESTUDOS E CERTIFICAÇÃO DE CONHECIMENTOS ANTERIORES**

No Curso Técnico em Comércio, o aproveitamento de estudos e a certificação de conhecimentos adquiridos através de experiências vivenciadas previamente ao início do curso ocorrerão conforme descritos à continuação:

- Aproveitamento de Estudos: Compreende a possibilidade de aproveitamento de componentes curriculares estudados em outro curso de educação profissional técnica de nível médio, mediante requerimento. Com vistas ao aproveitamento de estudos, a avaliação recairá sobre a correspondência entre os programas dos componentes curriculares cursados na outra instituição e os do IFMA, e não sobre a denominação dos componentes para os quais se pleiteia o aproveitamento – conforme o dispõe a Resolução CNE/CP nº 01/2021 e Resolução CONSUP/IFMA nº 14/2014(art. 51 a 54) ;
- Certificação de Conhecimentos: O estudante poderá solicitar certificação de conhecimentos adquiridos através de experiências previamente vivenciadas, inclusive fora do ambiente escolar, com o fim de alcançar a dispensa de algum (s)

componente (s) integrante (s) da matriz curricular do curso. O respectivo processo de certificação consistirá em uma avaliação teórica ou teórico-prática, conforme as características do componente curricular.

## **8 AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM**

Avaliar significa mudar o ensino, a forma de ver a aprendizagem, as concepções do que é ensinar e aprender. Por melhores que sejam as informações obtidas com a avaliação, elas serão inócuas se não levarem à mudança, ao redirecionamento das relações e das ações didáticas. A avaliação não pode se limitar à mera apreciação sobre o desenvolvimento e a aprendizagem dos discentes. Ela deve levar a uma revisão dos componentes curriculares selecionados, do método utilizado, das atividades realizadas e das relações estabelecidas em sala de aula. A avaliação deve voltar-se também para as práticas de sala de aula, para a escola e para a forma de organização do trabalho pedagógico; deve envolver todos os agentes escolares.

Conforme determinação legal estabelecida e aprovada na reunião do Resolução CONSUP Nº114/2019, fica instituído todo processo de avaliação e acompanhamento escolar.

A avaliação do rendimento escolar do discente, em cada disciplina ou bloco de componentes curriculares é realizada no decurso do período letivo através dos seguintes instrumentos:

- I. Atividades praticas e teoricas;
- II. Trabalhos;
- III. Estudos de caso;
- IV. Simulações;
- V. Projetos;
- VI. Situação probelma;
- VII. Portfolios;
- VIII. Provas orais, escritas e praticas;
- IX. Seminarios;
- X. Resenhas;
- XI. Artigos;

- XII. Relatórios;
- XIII. Produções artísticas e culturais;
- XIV. Mapas conceituais;
- XV. Fóruns virtuais;
- XVI. Questionários online;
- XVII. Wikis;
- XVIII. Elaboração de conteúdo audiovisual;
- XIX. Observação;
- XX. Autoavaliação
- XXI. Atividades investigativas.

Além dos domínios cognitivos, são efetuados registros a partir da observação dos aspectos sócio afetivos referentes à cooperação, postura, responsabilidade, participação e iniciativa.

## **9 ESTÁGIO CURRICULAR**

O estágio supervisionado não constitui componente curricular obrigatório para o curso técnico em comércio na forma subsequente ao ensino médio. Porém, no decorrer do curso podem ser ofertadas oportunidades de estágio, mediante parcerias com empresas, agente de integração, instituições públicas da região e com programas, tais como: Jovem Aprendiz, entre outros.

Destaca-se que como o estágio não é obrigatório, o aluno que optar por fazê-lo, deverá protocolar uma declaração da empresa confirmando sua condição de estágio para as providências cabíveis junto ao setor responsável pelo estágio, observando a Resolução CONSUP/IFMA nº 122/2016 (vide ANEXO I).

O estágio não obrigatório é aquele desenvolvido como atividade opcional, acrescida à carga horária regular e obrigatória do curso. Segundo a resolução CONSUP/IFMA nº 122 de 12 de dezembro de 2016, no Art. 2º, § 2º rege que – Uma vez feita opção pelo estágio supervisionado não obrigatório e assinado o termo de compromisso, o estudante optante fica obrigado a cumprir todo o período do estágio o qual se comprometeu, salvo em situação de força maior. Com isso, se o estudante fizer a opção pelo estágio deverá ser matriculado no componente Estágio Supervisionado, conforme o Artigo 23 da resolução CONSUP/IFMA nº 122/2016, sendo a mesma

matrícula do semestre ou ano letivo, obedecidos os critérios previstos no Artigo 12 da referida resolução.

O Estágio Profissional Supervisionado tem por finalidade a complementação da formação profissional, possibilitando que o aluno tenha uma maior vivência de situações concretas de trabalho, colocando em prática as competências adquiridas durante a sua formação acadêmica e desenvolvendo novos conhecimentos e relações interpessoais, com carga horária mínima de 40 horas, a partir do terceiro módulo.

O Setor de Estágio ou equivalente, do Campus Avançado Carolina, será responsável pela celebração do convênio institucional com a entidade campo de estágio, no qual constarão as atividades a serem desenvolvidas pelos estudantes, desde que guardem estrita correlação com a proposta pedagógica do curso.

A realização do estágio não acarretará vínculo empregatício de qualquer natureza e será firmada mediante Termo de Compromisso de Estágio Supervisionado celebrado entre o estudante, ou seu representante legal quando for o caso, e a parte concedente, com a interveniência obrigatória da instituição de ensino.

O acompanhamento do estagiário será realizado por um professor orientador e um supervisor técnico. O orientador será um professor da área objeto do estágio, indicado pelo coordenador do curso junto a Direção de Desenvolvimento Educacional (DDE). O supervisor técnico será um profissional da empresa, com conhecimento na área, que ficará responsável pela orientação do estagiário no campo.

O estudante elaborará um Plano de Estágio, em comum acordo com a parte concedente e a instituição de ensino, que será incorporado ao Termo de Compromisso de Estágio Supervisionado, por meio de aditivos, mantendo os seguintes registros:

- Identificação do campo de estágio;
- Identificação do estagiário;
- Identificação do orientador;
- Identificação do supervisor técnico;
- Horário e período;
- Atividades a serem executadas;
- Acompanhamento, controle e avaliação.

A cada seis meses, o estudante deverá apresentar ao setor de estágio do campus pelo menos um relatório das atividades de estágio, conforme modelo anexo à

resolução CONSUP/IFMA Nº 122 de 12 de dezembro de 2016. No caso de estágio com período inferior a seis meses, o estudante entregará apenas o relatório final, contendo o seguinte:

- Identificação da parte concedente;
- Identificação do estudante estagiário;
- Identificação do professor orientador;
- Informações sobre o estágio (período, atividades desenvolvidas, orientações fornecidas, dificuldades encontradas, conhecimentos adquiridos, expectativas etc.).

O credenciamento do aluno para o estágio deverá ocorrer mediante solicitação ao Setor de Estágio ou equivalente, a partir do segundo módulo do curso, com apresentação da documentação necessária para elaboração do cadastro do estagiário. O aluno será selecionado com base no aproveitamento escolar ou por processo seletivo estabelecido pela empresa.

Antes de ser encaminhado para as empresas, o aluno receberá informações gerais sobre o estágio, a forma como este será desenvolvido e avaliado, orientações sobre a postura pessoal e profissional desejada.

As viagens de estudos e visitas técnicas não serão computadas como atividades de estágio.

#### **Serão atribuições do estagiário, entre outras:**

- Tomar conhecimento das normas internas do IFMA.
- Efetivar sua matrícula junto ao Setor de Estágio ou equivalente no período determinado pelo Calendário Escolar do Campus;
- Firmar Termo de Compromisso de Estágio Supervisionado com a parte concedente e com Campus;
- Elaborar, juntamente com o professor orientador e a parte concedente, o Plano de Estágio Supervisionado, considerando o perfil profissional estabelecido no projeto pedagógico do curso;
- Entregar o Plano de Estágio ao coordenador do curso no prazo máximo de 25% (vinte e cinco por cento) da carga horária estabelecida no Termo de Compromisso;
- Participar das reuniões convocadas pelo professor orientador de estágio supervisionado;
- Obedecer às normas da parte concedente;

- Cumprir o Termo de Compromisso firmado com a parte concedente e o campus;
- Apresentar ao setor de estágio do campus um relatório das atividades de estágio a cada seis meses;
- Concluir o estágio supervisionado no prazo máximo de integralização do curso.

**São atribuições do professor orientador, entre outras:**

- Elaborar, juntamente com o estudante e a parte concedente, o Plano de Estágio Supervisionado, considerando o perfil profissional estabelecido no Projeto Pedagógico do Curso;
- Aprovar o Plano de Estágio Supervisionado do estudante;
- Agendar pelo menos uma reunião por mês com o estagiário para tratar de assuntos relacionados ao estágio supervisionado;
- Realizar pelo menos uma visita ao local de estágio de seu orientado durante a vigência do contrato, além de manter frequente contato com o supervisor;
- Agendar reuniões, sempre que necessário, com o setor de estágio e/ou com o coordenador de curso para dirimir dúvidas sobre estágio;
- Zelar pelo cumprimento das normas referentes ao estágio supervisionado;
- Realizar a avaliação do estagiário ao final do período do estágio.

**São atribuições do supervisor técnico, entre outras:**

- Orientar, acompanhar, controlar e avaliar as atividades dos estagiários no desempenho de suas tarefas;
- Orientar a elaboração do plano de atividades dos estagiários sob sua supervisão;
- Informar ao estagiário, as normas do local de estágio, bem como promover sua integração ao ambiente social;
- Participar, junto ao orientador, do processo de avaliação do estagiário;
- Conferir, carimbar e assinar os instrumentos de registros das atividades de estágio;
- Controlar a frequência do estagiário no campo de estágio;
- Participar da avaliação do estagiário.

A avaliação do estagiário será realizada pelo professor orientador e pelo supervisor técnico durante todo o desenvolvimento do estágio, com acompanhamento

do coordenador do curso.

Ao final do período de estágio, o estudante será avaliado pelo supervisor técnico, em formulário próprio, considerando os seguintes critérios: assiduidade, pontualidade, interesse, iniciativa, criatividade, conhecimentos técnicos na área, capacidade de planejamento, relacionamento interpessoal e senso de organização.

A avaliação de responsabilidade do professor orientador, também será feita em formulário próprio e levará em consideração os seguintes critérios: assiduidade e pontualidade; interesse de aprendizagem; conhecimento técnico na área; relacionamento interpessoal; iniciativa e criatividade.

O relatório final de estágio e as fichas de avaliação deverão ser entregues ao DERI, que fará o registro no histórico escolar do aluno.

## **10 INSTALAÇÕES, EQUIPAMENTOS E BIBLIOTECA**

Compõe o quadro de instalações necessárias para a realização do curso:

- 2 (duas) salas de aula;
- Biblioteca com acervo específico e em processo de aquisição; (Acervo anexo)
- Sala de audiovisual;
- Auditório.

### **LABORATÓRIOS**

<b>LABORATÓRIOS</b>	<b>EQUIPAMENTOS</b>
Laboratório de Informática	10 computadores com pacote office

## 11 PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

Compõe o quadro profissional do Campus<sup>1</sup>:

PROFESSOR (A)	FORMAÇÃO	TITULAÇÃO	REGIME/ TRABALHO
Priscilla Novaes Nogueira Gomes	Administração	Especialista em Logística	EFETIVO 40h/DE
Gesivaldo dos Santos Silva	Matemática	Mestre em ensino de ciências naturais e matemática	EFETIVO 40h/DE
Ideglan da Silva Pereira	Matemática	Especialista em Matemática	SUBSTITUTO 40h/ DE
Dina Karla Plácido Nascimento	Administração	Especialista em Gestão de Pessoas	EFETIVO 40h/DE
Celso Maciel de Meire	Turismo	Mestre em Tecnologia	EFETIVO 40h/DE
Ângela Cristina dos Santos Carvalho	Economia	Mestra em Planejamento, Desenvolvimento Regional e Sustentável	EFETIVO 40h/DE
Elizangela Divina Dias Batista	Direito	Especialista em Direito Constitucional	EFETIVO 40h/DE
Carlos di Stefano Silva Sousa	Geografia	Mestre em Desenvolvimento Socioespacial e Regional	EFETIVO 40h/DE
Iara Tamara Pessoa Paiva	Geografia	Mestra em Geografia	SUBSTITUTO 40h/DE
Thamires Barroso Lima	Gestão Ambiental	Mestra em Biodiversidade e Conservação	EFETIVO 40H/DE
Filipe dos Santos Alves	Engenharia Ambiental	Mestre em Agroenergia	EFETIVO 40H/DE
Adriano Bezerra Pereira	Física	Mestre em Ciências dos Materiais	EFETIVO 40H/DE
Jônata Fernandes de Oliveira	Biologia	Pós Doutor em Biologia	EFETIVO 40H/DE
Claudia Araújo Moreira	Agronomia	Doutora em Agronomia	EFETIVO 40H/DE
Duana Ravena dos Santos Vieira	Letras/Espanhol	Especialista em Espanhol	EFETIVO 40H/DE
Elizangela Divina Dias Batista	Direito	Especialista em Direito	EFETIVO 40H/DE
Gilberto dos Santos Martins	Artes	Mestre em Artes	EFETIVO 40H/DE
Fernando Bezerra Chagas	Ciência da Computação	Mestre em Ciência da Computação	EFETIVO 40H/DE
Fernando Silva Lima	Ciências Contábeis	Mestre em Desenvolvimento Regional	EFETIVO 40H/DE
Leonardo Oliveira da Silva Coelho	Sociologia	Mestre em Ciências Sociais	EFETIVO 40H/DE
Iberê Pereira Parente	Ciências Agrárias / Zootecnia	Doutor em Zootecnia	EFETIVO 40H/DE



## Técnicos Administrativos em Educação

<b>TÉCNICO (A)</b>	<b>FORMAÇÃO</b>	<b>TITULAÇÃO</b>	<b>REGIME DE TRABALHO</b>	<b>CARGO</b>
Beatriz Guerra Kleinubing Rocha	Fisioterapeuta	Especialista	EFETIVO 40h	Assistente de Aluno
José de Ribamar Lobato Neto	Pedagogo	Especialista	EFETIVO 40h	Técnico em Assuntos Educacionais
Gabriel Gomes dos Reis	Técnico em Informática	Técnico	EFETIVO 40h	Técnico em Tecnologia da Informação
Jannyelle de Sousa Corrêa	Letras/Português	Especialista	EFETIVO 40h	Auxiliar em Administração
Cristiane Andrea Campos de Santana	Administração	Especialista	EFETIVO 40h	Administradora
Alisson Ferreira do Prado	Administração	Graduação	EFETIVO 40h	Assistente em Administração
Soniara Alves Maciel	Turismo	Graduação	EFETIVO 40h	Auxiliar em biblioteca
Flavia de Jesus Almeida Albuquerque	Letras/Inglês	Graduação	EFETIVO 40h	Técnico em Assuntos Educacionais

## 12 CERTIFICADOS E DIPLOMAS

Após a integralização dos períodos letivos organizados por componentes curriculares, que compõem o curso técnico em comércio na forma subsequente ao ensino médio, será conferido ao concludente do curso o diploma de Técnico em Comércio.

## REFERÊNCIAS

- ASSAF NETO, Alexandre. Matemática financeira e suas aplicações. 11. ed. São Paulo: Atlas. 2009.
- ARAÚJO, Silvia Maria de. Sociologia: um olhar crítico. / Silvia Maria de Araújo, Maria Aparecida Bridi, Benilde Lenzi Motim - São Paulo: Contexto, 2009.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: informação e documentação - citações em documentos - apresentação. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: informação e documentação - trabalhos acadêmicos - apresentação. 2. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2005.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 15287: informação e documentação - projeto de pesquisa - apresentação. 2. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2011a.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: informação e documentação - referências - elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2018.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6024: informação e documentação - numeração progressiva das seções de um documento - apresentação. 2. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2012.
- ANGELO, Cláudio F. de.; GIANGRANDE, Vera. Marketing de relacionamento no varejo. São Paulo: Saint Paul, 2004
- ATKINSON, Anthony A. Contabilidade Gerencial. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 20015
- ATRILL, Peter; MCLANEY, Eddie. Contabilidade Gerencial Para Tomada de Decisão. São Paulo: Ed Saraiva
- ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à Metodologia do Trabalho Científico: Elaboração de Trabalhos na Graduação: 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BOWERSOX, Donald J. CLOSS, David J. COOPER, M. Bixby, BOWERSOX, John C. **Gestão Logística da Cadeia de Suprimento**. São Paulo, AMGH EDITORA, 2014.
- BECHARA, E. **Gramática Escolar da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2015.
- BONFIM, E. A. **Manual Da Redação Empresarial**. Editora Saraiva. 2012.
- BARROSO, J.M. (Ed.) **Conexões com a matemática**. (vol. 1) - 1ª Ed. São Paulo: Moderna, 2010.
- BERNARDES, C. **Sociologia aplicada à administração** São Paulo: Atlas, 2009
- BERNARDI, Luiz Antônio. Manual do plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2007

BRUNI, Adriano Leal. **Estatística aplicada à gestão empresarial**. Editora Atlas SA, 2013

BRASIL. Ministério da Justiça. **Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT**.

Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/De15452.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/De15452.htm)> Acesso em: 22/05/2019

BATTISTI, Júlio. **Windows 7 - Curso Completo e Prático - Passo a Passo. Volumes 1 e 2**. Instituto Alpha. 2013

Barbiere. J. C. **Gestão Ambiental Empresarial. Conceitos, modelos e instrumentos**. 2 ed. Editora: Saraiva.2007.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simoes. **Orçamento público**. eBook Kindle. São Paulo: SARAIVA; Edição: 1 (6 de outubro de 2017).

CARVALHO, J. C. J. de. **Finanças públicas brasileira: algumas questões e desafios no curto e no médio prazos**. Texto de Discussão 977. IPEA. Brasília, agosto de 2003.

CEGALLA, D. P. **Novíssima Gramática da Língua Portuguesa**. Companhia Editora Nacional. 2009.

**CUNHA, C**. Nova gramática do Português contemporâneo. Editora. Lexikon. 2016

COBRA, Marcos Henrique Nogueira. **Marketing básico: uma perspectiva brasileira**.4ª ed. São Paulo: Atlas, 1997

**CASTRO, Luciano Thomé e**. Administração de vendas: planejamento, estratégia gestão. **São Paulo: Atlas, 2005**

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Campus, 2006.

CANO, W. **Introdução à Economia**. Editora Unesp, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos: fundamentos básicos**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003

**COELHO, Fabio Ulhôa**, Manual de Direito Comercial – Direito de Empresa. **22ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010**

COELHO, Fabio Ulhôa, **Manual de Direito Comercial – Direito de Empresa**. 22ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010

CARVALHO, Pedro Carlos de. **Administração de Pessoal: práticas, técnicas e leis do trabalho**. Campinas: Alínea, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4ª ed. Barueri:

Manole, 2012.

Carvalho. Angela C. S, Alves. Filipe. Apostila Noções em Gestão Ambiental. Editora: IFMA, 2017.

CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro, MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick, GEROLAMO, Mateus Cecílio, **Gestão da Qualidade – ISO 9001:2008 Princípios e Requisitos**, São Paulo Atlas, 2011.

CHIAVENATO, I. **Gestão da Produção**. 3º ed. São Paulo: Manoele, 2014.

DIÓGENES, I. M. G. **Espanhol instrumental: o jogo da leitura**. Teresina: EDUFPI, 1994.

DENSA, Roberta. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2009.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração De Materiais: Uma Abordagem Logística** 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

E SILVA, Fernando César Marra; ABRÃO, Mariângela. **Matemática básica para decisões administrativas**. 2ª Edição. Atlas, 2008.

FLEURY, M.T.L. **Cultura e poder nas organizações**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1989-1996

FERREIRA, Maria Cecília. **Informática aplicada**. Série Eixos. São Paulo: Editora Erica, 3ª Ed. 2017

**FLEURI, F.F.; WANKE, P.; FIGUEIREDO, K.F.** Logística Empresarial. **São Paulo, Atlas, 2000.**

FIDÉLIS, G. J. **Gestão de pessoas: rotinas trabalhistas e dinâmicas do departamento de pessoal**. São Paulo: Editora Érica, 2006.

GOLD, M. **Redação Empresarial**. Editora Saraiva. 2017

GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. Código: 001.4/G463c

GIAMBIAGI, F.; ALÉM, A. C. D. de. **Finanças públicas: teoria e prática no Brasil**.

2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000

**GIACOMONI, James. Orçamento Público. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2007.**

IEZZI, Gelson et al. **Fundamentos de Matemática Elementar: Conjuntos e Funções**, volume 1. São Paulo: Atual Editora, 2004.

JUSTEN FILHO, Marçal. **Curso de Direito Administrativo**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

KOTLER, P.. KARTAJAYA, H. SETIAWAN, I. **Marketing 4.0 do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante: 2017.

LAKATOS, Eva Maria; GARCIA, Fundamentos de Metodologia Científica. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LAUDON, Kenneth, LAUDON, Jane. **Sistemas de Informação Gerenciais**. 11 ed. São Paulo: Pearson, 2015

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2006./

MAXIMIANO, A. C. A. **Fundamentos de administração: manual compacto para cursos de formação tecnológica e sequenciais**. São Paulo: Atlas, 2004.

MANKIW, G. N. Introdução à Economia, Ed. Cengage Learning edição 2009

MORETTIN, Pedro Alberto; BUSSAB, WILTON OLIVEIRA. **Estatística básica**. Editora Saraiva, 2017.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**. São Paulo: Malheiros, 2009

MAXIMINIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para empreendedores. – 2 ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MUNHOZ, R. **Espanhol instrumental: estratégias de leitura**. São Paulo: Texto no-vo, 2002.

NASCIMENTO, A. M. **Curso de Direito do Trabalho**. São Paulo: Saraiva, 2012.

**NASCIMENTO, Edson Ronaldo. Gestão Pública. 3. ed., São Paulo: Saraiva, 2014.**

NEVES, G. B. **Manual de Direito Previdenciário**. São Paulo: Saraiva, 2012

O'BRIEN, J. A. **Sistemas de informação: e as decisões gerenciais na era da internet**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Sistemas de informações gerenciais: estratégicas, táticas, operacionais**. 16.ed. São Paulo: Atlas, 2014.

Oliveiro, C. A. J.; Deghi, G. J. **E-commerce. Princípios Para o Desenvolvimento e Gerenciamento de Uma Loja Virtual**. São Paulo: Érica, 2015.

OLIVEIRA, N. A. de. **Para ler em espanhol: desenvolvimento da habilidade de leitura**. Belo Horizonte: N. O. S. Tec. Educ. Ltda., 2000

OLIVEIRA, R. de C. A. de. **Desvendando o departamento de pessoal: guia prático**. São Paulo: Viena, 2003.

PALADINI, Edson Pacheco, **Gestão Estratégica da Qualidade, Princípios, Métodos e Processos**, 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

**PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática financeira objetiva e aplicada. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.**

ROSSETTI, J. P. -- Introdução à Economia; Ed Atlas, 17ª edição.

- SANDRONI, Paulo. Novíssimo Dicionário de Economia, Editora: Best Seller, 10º edição.
- ROBBINS, S; JUDGE, T.; SOBRAL, F. Comportamento Organizacional. São Paulo: Prentice Hall, 2010
- SAMANEZ, Carlos Patricio. **Matemática financeira**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- SOBRAL, F.; PECL, A. **Administração - Teoria e Prática no Contexto Brasileiro**. 2ª ed. São Paulo: Pearson, 2013
- SALOMÃO, S. M.; TEIXEIRA, C. J.; TEIXEIRA, H. J. **Fundamentos de Administração**. 1ª ed., Rio de Janeiro, Ed. Campus, 2009.
- SEBRAE. Curso Básico de Gestão Ambiental. Desperdício ontem e lucro hoje. ed. Sebrae. Brasília,2004.
- SANTOS, Clezio Sandanha dos. Introdução à gestão pública. Rio de Janeiro: Saraiva,2006.
- TIBONI, Conceição Gentil Rebelo. **Estatística básica: para os cursos de administração, ciências contábeis, tecnológicos e de gestão**. São Paulo: Atlas, 2010.
- VAZ, Paulo Henrique. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: IOB FOLHAMATIC, 2013.