

EMENTAS DAS DISCIPLINAS

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

INTRODUCAO A GESTAO COMERCIAL

Competências

Adquirir uma visão integrada dos principais aspectos das atividades de varejo, serviços e vendas, bem como apresentar e analisar as recentes transformações e tendências destes sistemas, sob o enfoque comercial, mercadológico e administrativo.

Habilidades

Conhecer os princípios éticos do varejo, serviços e na gestão de vendas. Promover ações com base na implementação dos processos de varejo e serviços, assim como na gestão de vendas. Dominar os diferentes tipos de aspectos operacionais com base da aplicação dos mesmos dentro das organizações.

Bases Tecnológicas

Introdução à gestão, critérios técnicos e estratégicos do varejo e dos serviços. Aspectos operacionais do varejo e dos serviços:

Definição de varejo e gestão de varejo.

Definição de serviços e gestão de serviços Bases comuns à gestão de varejo e serviços Classificação do varejo.

A Administração varejista.

O varejo no Brasil e no mundo.

Estratégias e marketing do varejo. Comercialização no varejo. Classificação de serviços.

A administração de serviços.

Os serviços no Brasil e no mundo. Estratégias e marketing de serviços. Comercialização de serviços.

Direitos do consumidor no varejo e nos serviços. Tendências futuras do varejo e dos serviços. Ética e inovação no varejo e nos serviços.

COMUNICACAO E EXPRESSAO

Competências

Identificar o processo de comunicação e seus mecanismos relacionados à prática da leitura, da reflexão e da produção de textos assimilando informações e utilizá-las em contextos variados. Discutir as diversas formas de comunicação nas relações interpessoais; Compreender e relacionar a importância da comunicação no ambiente de trabalho; Aplicar adequadamente as estruturas lingüísticas (ortografia, sinais de pontuação, acentuação, crase, concordância e pronomes) em produções textuais; Ler, produzir e analisar, criticamente diferentes tipos de textos, discursos e correspondências voltadas para área técnica e administrativa.

Habilidades

Detectar as diversas formas de comunicação nas relações interpessoais; Compreender as relações no ambiente de trabalho; Habilitar-se para o conhecimento de termos administrativos; Produzir textos focalizados nos contextos empresariais ; Conceber nas organizações para a elaboração de todos os documentos com redação clara e objetiva; Identificar em textos diversos, os níveis e variantes lingüísticos; Identificar os conceitos fundamentais do ato da comunicação, o modo como se processa a comunicação e seus mecanismos; Relacionar funções da linguagem aos elementos da comunicação; Fazer relatórios para o gestor conduzir suas reuniões técnicas; Preparar anais para seminários, Workshop , relato de cases nas empresa.

Bases Tecnológicas

A disciplina remete ao estudo da língua portuguesa como instrumento indispensável à comunicação e a produção de textos, necessárias ao desenvolvimento da expressão escrita e oral através do uso da língua como sistemas de signos e estilos de redação na área empresarial.

- Produção de cartas e relatórios gerenciais
- Habilitação para os diferentes estilos de redação.

GESTAO DE PESSOAS

Competências

Desenvolver tarefas operacionais e específicas na área de gestão, com inovação, agilidade, iniciativa e autonomia. Executar suas atribuições dentro da área com inovações e aplicações práticas e objetivas, multiplicando seus conhecimentos nas organizações; Definir e aplicar as funções dentro dos subsistemas de Recursos Humanos.

Habilidades

- Identificar e desenvolver os aspectos teóricos e práticos caracterizando o papel do profissional desempenhando suas atividades, dividindo, organizando e reestruturando o trabalho nesta área dentro da Gestão.

Bases Tecnológicas

Conceitos de administração de Recursos Humanos e sua evolução nas organizações. Os sistemas da administração e gestão das pessoas, das relações com a sociedade e suas negociações. Subsistemas de Administração de Recursos Humanos, Provisão, Recrutamento, Seleção, Treinamento, Desenvolvimento e Sistemas de Remuneração.

MATEMATICA PARA GESTAO DE NEGOCIOS

Competências e Habilidades

O aluno deverá desenvolver a competência de realizar a transposição dos conteúdos mínimos de Matemática Financeira nas situações financeiras. Deverá desenvolver habilidades para calcular capital, renda, montante, juros, taxas de juros e descontos, fluxos de caixa, realizar capitalizações, descapitalizações e depreciações; desenvolver a percepção do valor relativo da moeda no tempo; e desenvolver habilidades no tratamento com situações financeiras, com análises de investimentos para a tomada de decisão.

Bases Tecnológicas

- ❓ **Conceitos Básicos:** Razão, Proporção, Grandezas Proporcionais, Regra de Três e Porcentagem.
- ❓ **Regra de Sociedade:** Conceito, Regra de Sociedade Simples e Regra de Sociedade Composta.
- ❓ **Juros Simples:** Conceito, Cálculo do Juro, do Capital, do Prazo e da Taxa. Ano Civil e Ano Comercial, Tipos de Juros. Cálculo do Montante.
- ❓ **Juros Compostos:** Conceito. Cálculo do Montante, do Capital, da Taxa, do Prazo. Taxa Efetiva, Nominal e Equivalente. Transformação de Taxas.

- ❑ **Taxas de Juros:** Taxas equivalentes, taxa de juros acumulada, taxa de juros média, taxa de remuneração da caderneta de poupança, taxa de juros aparente e real, taxa de juros nominal e taxa efetiva.
- ❑ **Desconto Simples:** Conceito
 - ❑ **Desconto Racional:** Cálculo do Desconto, do Valor Atual, do Nominal.
 - ❑ **Desconto Comercial:** Cálculo do Desconto, do Valor Atual, do Nominal.
 - ❑ **Desconto Bancário.**
 - ❑ Relação entre taxa de juros e taxa de desconto
- ❑ **Desconto Composto:** Conceito
 - ❑ **Desconto Racional:** Cálculo do Desconto, do Valor Atual, do Nominal e da taxa.

Saber definir o comportamento do consumidor com a relação das estratégias de marketing. Identificar os fatores que determinam uma organização voltada para o consumidor/cliente.

Bases Tecnológicas

Os Consumidores no Mercado. A Economia e o Consumidor. A psicologia econômica. Os consumidores como Indivíduos. Consumidores como Tomadores de Decisão. Os Consumidores a Cultura e as sub-culturas.

MARKETING CORPORATIVO

Competências

A presente disciplina oferece um aprendizado teórico e se propõe a uma investigação dos conceitos e fundamentos de gestão de marketing, bem como aplicação prática destes conceitos nas organizações. No final da disciplina o aluno deverá ser capaz de identificar empresas que utilizam a gestão de marketing como recurso estratégico a serviço do seu crescimento, desenvolvimento e competitividade mercadológica.

Habilidades

Usar conhecimentos, competências, habilidades, senso investigativo e crítica para analisar organizações que criam valor através do marketing, cultivando clientes por meio da criação, comunicação e fornecimento de valor superior aos seus clientes.

Bases Tecnológicas

Conceitos essenciais do marketing; Ambientes mercadológicos; Mercado alvo e segmentação; Estratégias de marketing; Programas e Planos de marketing; Avaliação e controle de Marketing; e Marketing no século XXI.

PESQUISA MERCADOLÓGICA

Competências

Desenvolver e interpretar estudos mercadológicos, entender as relações pertinentes da estatística na construção de pesquisas mercadológicas, calcular e interpretar medidas referentes a dados quantitativos e qualitativos.

Habilidades

Aplicar técnicas de pesquisa, desenvolver e interpretar estudos mercadológicos calculando amostra, construindo o projeto, desenvolvendo o plano de amostras e analisando os resultados.

Bases Tecnológicas

-Tipos de pesquisa - conclusivo e exploratório; -Tipos fontes e formas de coleta de dados; -Etapas de desenvolvimento de pesquisa; -Universo, amostra e elementos da amostra; -Coleta, processamento e análise de dados; - Sistema de informações mercadológicas.

GESTÃO DE VENDAS

Competências

Adquirir uma visão integrada dos principais aspectos das atividades de planejamento de vendas. Identificar necessidades de vendas de uma organização. Elaborar o planejamento de vendas. Desenvolver/administrar a estrutura para venda estruturada.

Habilidades

Planejar, criar, operacionalizar uma estrutura de vendas compatível com as necessidades de uma organização

Bases Tecnológicas

Situando a administração de vendas. A venda pessoal como uma ferramenta do composto promocional no marketing. Objetivos estratégicos, de marketing e de vendas. O conceito de comunicação integrada.

O planejamento e o controle de vendas. Estimativas de vendas, potencial de mercado e da indústria, estabelecimento de métodos para controle da performance de vendas e de vendedores.

O gerenciamento de vendas. O processo de venda e suas diversas fases. Os diferentes tipos de organização de força de vendas e a definição de territórios. O processo de recrutamento e seleção de vendedores, treinamento e desenvolvimento. A remuneração da força de vendas e seus diversos componentes. A motivação da força de vendas e de vendedores.

ECONOMIA

Competências

Identificar os fatos econômicos e compreender o funcionamento das economias de mercado, do ponto de vista da Ciência Econômica.

Demonstrar uma visão com aplicabilidade para o desenvolvimento dos valores econômicos nas organizações.

Habilidades

Compreender os principais aspectos da realidade econômica e conhecer o mercado de bens e serviços, de fatores, monetário e cambial, entre outros, do ponto de vista da teoria micro e macroeconômica atual.

Bases Tecnológicas

- Introdução Geral às Ciências Econômicas;
- A organização e o funcionamento das economias de mercado;
- As principais leis e teorias econômicas;
- As questões micro e macroeconômicas da atualidade.

EMPREENDEDORISMO E PLANEJAMENTO

Competências

Promover e desenvolver o espírito empreendedor;

Buscar o desenvolvimento das características do empreendedor

Habilidades

Saber utilizar as ferramentas do seu perfil na inserção de novos negócios, produtos e serviços

Analisar as melhores opções de negócios;

Saber quando empreender no seu local de trabalho ou quando abrir seu próprio negócio;

Diferenciar seu perfil: cabeça de dono ou de funcionário.

Bases Tecnológicas

Conceito, importância e perfil do empreendedor; Mercado: O que fazer?; Passos de identificação do mercado; mercados emergentes e mercados globais; Vantagens e desvantagens de ser empreendedor; oportunidades de negócios, indicadores de sucesso, atividades de alta

alavancagem; Característica: planejamento e monitoramento sistemático; Plano de negócios.

ESTRATEGIA E GESTAO

Competências

- ☐ Conhecer os princípios básicos de gestão empresarial;
- ☐ Identificar as estratégias empresariais;
- ☐ Compreender e interpretar estratégias empresariais.

Habilidades

- ☐ Relacionar os princípios básicos de gestão com a formulação de estratégias;
- ☐ Elaborar e propor estratégias para o aumento da competitividade das empresas;
- ☐ Analisar o cenário econômico e implementar estratégias empresariais;
- ☐ Empreender mudanças estratégicas em resposta aos mercados globais e futuras necessidades

Bases Tecnológicas

Conceitos, origem e objetivos da Gestão empresarial e da Estratégia nas organizações. Escolas do pensamento estratégico, as operações globais e sua relação com os processos gerenciais. Modelo estratégico e mapas estratégicos, a eficácia operacional versus estratégia e o Processo da estratégia. Conceito de uma estratégia de operações. Globalização das estratégias de operações. Modelo conceitual das 4 forças motrizes. Formas de Integração: geográfica, funcional e setorial e o comportamento do consumidor relacionado aos processos empresariais e a definição de estratégias.

MARKETING DE VAREJO E SERVICOS

Competências

Identificar e desenvolver as potencialidades das organizações em relação aos seus públicos no ambiente de marketing, diferenciando estratégias de atuação corporativas, no varejo, e na indústria.

Habilidades

Distinguir e caracterizar cada uma das três áreas e seus diferentes perfis de públicos. Formar uma visão de processo encadeando integrada e sistematicamente o marketing industrial, o corporativo e o de varejo, para otimização de resultados.

Bases Tecnológicas

Conceitos e definições pertinentes ao marketing de varejo, industrial e corporativo.

A seqüência marketing industrial, corporativo e de varejo no processo mercadológico. Segmentação de mercado relativa às três áreas.

Estratégias de marketing junto a fornecedores, concorrentes, clientes corporativos e consumidores finais, empregadas pelas principais empresas da região, sob a forma de seminário.

NEGOCIACAO E PROCESSO DECISORIO

Competências

Saber utilizar-se de métodos de negociação para atingir seus objetivos, vinculando interesses com resultados.

Despertar a análise crítica comportamental de negociadores e ferramentas de argumentação.

Habilidades

Saber administrar conflitos de forma não adversarial em negociações;

Estar capaz para analisar, criticar, construir negociações para o seu gerenciamento com eficácia.

Bases Tecnológicas

Conceitos e práticas de percepção de fatores implícitos que influenciam em uma negociação, bem como perfis dos negociadores, ferramentas de negociação, culminando no planejamento e atuação e uma negociação

FORMACAO DE PRECOS E CUSTOS

Competências:

- ☐ Entender e analisar os custos nas organizações, através das diferentes formas de custeio para poder determinar o preço dos produtos e/ou serviços, considerando as despesas, tributos e a margem de lucro desejada pela organização;
- ☐ Desenvolver controle de custos, visando seu melhor gerenciamento e obter a produção e comercialização mínima para suprir os gastos empresariais - ponto de equilíbrio;
- ☐ Determinar os custos dos processos e atividades produtivas e de comércio e serviços, visando reduzir desperdícios e/ou custos, de forma a transformá-los em diferencial competitivo;
- ☐ Construir pensamento crítico e reflexivo dos efeitos dos custos das organizações no resultado financeiro da empresa.

Habilidades:

- ☐ Diferenciar e classificar os custos das organizações;
- ☐ Compreender as formas de custeio, suas utilidades e restrições e a sistemática de análise na gestão das organizações;
- ☐ Compreender a gestão econômico financeira das organizações pela gestão de custos e formação do preços de venda.

Bases Tecnológicas

CUSTOS – conceitos inerentes à gestão de custos, custos de mão de obra, custos de materiais, custos indiretos de gestão (Compras, Armazenagem, PCP, decorrentes de Lotes, Movimentação, TI, Expedição,), despesas administrativas, vendas e financeiras,

DESPESAS- conceitos das despesas e seus tipos – administrativas, comerciais, financeiras.

PREÇO DE VENDA – conceito de *markup* e determinação do preço de venda em função das alíquotas de impostos incidentes na comercialização do produto, o percentual da comissão de vendas e o percentual de lucro desejado pela empresa

GESTÃO ECONOMICO FINANCEIRA DA ORGANIZAÇÃO – Métodos de custeio, absorção, diretos e variáveis e baseados em atividades aplicados às Organizações. Análise de Rentabilidade multidimensional (produto, região, canal e cliente, e dos indicadores de desempenho econômico financeiro da organização.

CONTABILIDADE

Competências

Analisar aspectos do patrimônio, demonstrações contábeis para fornecer subsídios para a tomada de decisão dos gestores.

Habilidades

Identificar informações e contas que indicam a situação patrimonial empresarial com visão crítica e construtivista dos aspectos patrimoniais.

Bases Tecnológicas

- Desenvolvimento do enfoque genérico e específico de todos os aspectos do patrimônio Empresarial
- Estudo, controle, registro e análise básica do patrimônio, possibilitando oferecer informações sobre as variações patrimoniais e seus resultados nos negócios.

SISTEMAS DE INFORMACOES GERENCIAIS

Competências

Valorizar e aplicar com base na identificação, análise e gerenciamento das informações que possibilitem a gerência a integração da organização.

Perceber o relacionamento do fluxo de informações na organização de forma que sirvam de base para a tomada de decisão. Conhecer o ambiente tecnológico e as principais ferramentas de TI.

Habilidades

Identificar e desenvolver sistemas de informação nas organizações; ter o conhecimento técnico-científico, capacidade, discernimento e competência técnica para utilizar os recursos de informação na empresa, levando em conta as necessidades, prioridades e a estratégia da organização; - ter a capacidade de reconhecer e analisar os processos da organização, os seus fatores críticos de sucesso bem como desenvolver uma visão sistêmica.

Bases Tecnológicas

- Identificação das informações e respectivo fluxo existente nas organizações;
- Necessidade, utilidade e aproveitamento de informações na gerência;
- Integração sistêmica das comunicações no processo de gestão.

CULTURA RELIGIOSA

Competências

Perceber o ser humano em sua dimensão espiritual, valorizando sua relação com Deus e com seus semelhantes

Habilidades

Compreender o fenômeno religioso e percebê-lo como fator determinante na formação da identidade e da percepção de realidade de um indivíduo e da sociedade; Analisar as principais formas de religiosidade do Brasil e do Mundo; Analisar os principais fatos da história da Igreja Cristã e suas conseqüências; Valorizar o ser humano, reconhecendo a cada indivíduo como alguém único por isto especial; Compreender a confessionalidade da instituição como proposta para efetivação de uma sociedade ética-cristã; Apreender a visão ética cristã das interações humanas, valorizando sua aplicação na vivência humana.

Bases Tecnológicas

Visão global da importância do fenômeno religioso e suas implicações na formação do ser humano e da sociedade, através do conhecimento, análise e pesquisa das principais religiões universais e pela reflexão crítica dos valores humanos, sociais, éticos e espirituais, legados pelo cristianismo à civilização ocidental.

DIREITO APLICADO A GESTÃO

Competências

Capacitar o profissional para a atuação conjunta entre Direito e Gestão, permitindo-se o alcance dos resultados globais almejados. Preparar o profissional para ser capaz de

agir preventivamente frente às questões jurídicas em gestão.

Habilidades

- ☐ Conhecer os diversos institutos jurídicos presentes na gestão de negócios;
- ☐ Ser capaz de analisar criticamente as leis e normas presentes nas diversas situações do cotidiano em gestão;
- ☐ Desenvolver e aplicar novas e modernas formas de gestão frente as crescentes demandas trabalhistas e sindicais;
- ☐ Oportunizar o contato com as práticas de negociação entre capital e trabalho;
- ☐ Através dos estudos e das atividades o aluno deverá ser capaz de se apropriar dos conceitos da ciência do direito; identificando na realidade social e local as diversas

situações em que ocorre o fenômeno jurídico. Sendo capaz de conhecer os principais institutos jurídicos, através do conhecimento metodológico e científico, bem como sua aplicação ou utilização como ferramenta para a sua atividade profissional. Compreender o direito como um sistema de normas, que se impõem à sociedade como um todo para garantir o pleno exercício da cidadania por todos os seus integrantes, como também pelos gestores públicos em suas determinadas funções.

Bases Tecnológicas

Tipos de sociedades empresárias, procedimentos processuais cíveis e trabalhistas, noções de direito de família e suas implicações na gestão do negócio, Capital x trabalho, estrutura sindical brasileira, negociação coletiva, Contrato de trabalho, contratos diversos.

GESTAO TRIBUTARIA

Competências

Possibilitar o conhecimento sobre tributos, as diversas formas de tributação das pessoas jurídicas e elaborar planejamento tributário e demonstrar as opções de modalidades que podem minimizar a carga tributária das empresas.

Habilidades

Evidenciar as diversas formas de tributação das pessoas jurídicas, possibilitando a escolha da forma adequada da tributação para pessoa jurídica;

Demonstrar ao aluno a possibilidade de definir a modalidade menos onerosa de tributação, observando as respectivas vedações ao Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real. Determinar e contabilizar Impostos como: IRPJ, CSLL, PIS, COFINS cumulativo e não cumulativo.

Destacar a importância do Planejamento Tributário: Redução da Carga Tributária, Questionamentos Tributários Administrativos e Judiciais.

Bases Tecnológicas

Tributo: Definição, Espécies, Classificação, Elementos fundamentais do tributo, Legislação Tributária, Ilícitos Tributários, Princípios Tributários, Fato Gerador, Contribuinte, Crédito Tributário. Revisão e Aprofundamento dos Conteúdos da Disciplina Gestão Tributária.

Informes entregues aos Órgãos Fiscalizadores: DIRF, DCTF, RAIS, SINTEGRA, DOI, DIMOB, DMED, DIMOF, DACON, NF-e, CT-e, SPED CONTABIL, SPED FISCAL, SPED PIS/COFINS, DIPR, DIPJ, etc.

Formas de Tributação das Pessoas Jurídicas: Simples Nacional, Lucro Presumido, Lucro Arbitrado e Lucro Real.

Apuração e Contabilização dos Impostos inerentes às modalidades de tributação. Planejamento Tributário: Conceito, Finalidades, Diferença entre: Fraude, Sonegação Fiscal e

elisão Fiscal, Economia Tributária.

Procedimentos em processos administrativos e judiciais de questionamentos tributários. Reforma Tributária.

GESTAO LOGISTICA DE DISTRIBUICAO

Competências

Planejar os recursos de distribuição com o objetivo de levar os produtos certos, para os lugares certos, no momento certo e com o nível de serviço desejado, pelo menor custo possível, principalmente no gerenciamento das atividades de distribuição dentro do contexto logístico.

Habilidades

- ☐ Elaborar o desenho da Rede de Distribuição;
- ☐ Dimensionar instalações físicas;
- ☐ Definir o sistema de informações necessárias para a operação do subsistema de distribuição;

- ☐ Conhecer os softwares aplicativos e hardwares para o planejamento, programação e controle das atividades de distribuição;
- ☐ Conhecer os processos de armazenagem
- ☐ Definir uma estrutura de custos adequada e constantemente atualizada;

Bases Tecnológicas

- ☐ Conceituação, propriedades e definição dos canais de distribuição;
- ☐ Distribuição física: conceitos e condicionantes.
- ☐ Roteirização de veículos;
- ☐ Operadores Logísticos;
- ☐ Sistemas de armazenagem e estocagem
- ☐ Layout de armazenagem
- ☐ Custos de armazenagem

MARKETING DIGITAL

Competências

Entender e aplicar os conceitos básicos de interatividade e digitalização como novas possibilidades de comunicação, mais informação em menor tempo, bem como, qualificar as relações de mercado, produção e consumo.

Habilidades

Compreender os conceitos de interatividade no contexto de sociedade da informação; Entender a revolução do sistema de informação de marketing (SIM), a partir do conceito de digitalização de dados;

Avaliar novos paradigmas da tecnologia na transmissão analógica de informações; Compensar e sistematizar informações significativas para o planejamento de marketing; Desenvolver estratégias de promoção de negócios relacionados às comunidades virtuais; Identificar possibilidades de negócios através do relacionamento com a tecnologia digital.

Bases Tecnológicas

Apresentar ao aluno o conceito de marketing digital a partir do capital da tecnologia. Capacitar e desenvolver uma visão mercadológica, através da mídia, ação estratégica, mercado global e comunicação interativa. Estabelecer a Interface entre o marketing digital e técnicas avançadas de propaganda digital. Conhecer o Marketing multimídia e estabelecer relações entre marketing direto: dos correios á Internet, o comércio eletrônico na Rede. A interação entre a comunicação e o marketing através da WEB. Administrar o conhecimento e gerir a capacidade intelectual das pessoas.

RELAÇÕES ORGANIZACIONAIS

Competências

A presente disciplina oferece um aprendizado teórico e se propõe a uma investigação dos conceitos e fundamentos de gestão de marketing nos mercados organizacionais (B2B), bem como aplicação prática destes conceitos nas organizações. No final da disciplina o aluno deverá ser capaz de compreender as relações entre empresas e propor ações de marketing e vendas para o mercado organizacional.

Habilidades

Usar conhecimentos, competências, habilidades, senso investigativo e crítica para analisar organizações do mercado B2B que criam valor através do marketing, cultivando clientes por meio da criação, comunicação e fornecimento de valor superior com o “foco do cliente”.

Bases Tecnológicas

Caraterização do mercado *business-to-business* (B2B); As relações organizacionais; Perspectivas do comprador organizacional; Comportamento do comprador; Estratégias de relacionamento; O comporto mercadológico no B2B.

PROJETO TECNOLÓGICO – GESTÃO COMERCIAL

Competências

Elaborar diagnósticos e análises organizacionais propondo inovações ou melhorias nos processos existentes.

Habilidades

Analisar o contexto organizacional;

Propor inovações em produtos e/ou serviços, bem como melhorias nos processos da organização;

Elaborar cronogramas e implementar projetos.

Bases Tecnológicas

Propostas de uma forma contemporânea à articulação da gestão com novas oportunidades de mercado e soluções de problemas organizacionais. O planejamento e estratégias de implementação de novos negócios e a busca de soluções para os problemas relacionados às organizações e seus processos.