

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO TÉCNICO EM VENDAS
FORMA DE OFERTA: SUBSEQUENTE

CURITIBA
2017

SUMÁRIO

1 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	03
1.1 CARACTERÍSTICAS DO CURSO	04
2 JUSTIFICATIVA.....	05
3 OBJETIVOS DO CURSO	08
3.1 OBJETIVO GERAL	08
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	09
4 PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO.....	10
5 CERTIFICADOS E DIPLOMAS A SEREM EMITIDOS	12
6 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	12
6.1 PRESSUPOSTOS PEDAGÓGICOS	12
6.2 ORIENTAÇÃO METODOLÓGICA	17
6.2.1 Frequência e presencialidade	18
6.2.2 A organização dos Módulos.....	18
6.3 AVALIAÇÃO DO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM	21
6.3.1 Concepção de Avaliação.....	21
6.3.2 Recuperação Paralela	25
6.3.3 Forma de Emissão de Resultados.....	26
6.3.4 Condições de Aprovação.....	27
6.3.5 Progressão Parcial	27
6.3.6 Certificação de Conhecimentos	28
6.3.7 Aproveitamento de Estudos	29
6.4 PRÁTICAS.....	30
6.4.1 Práticas Previstas em Sala de Aula	30
6.4.2 Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho: Integração entre Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação	31
6.5 CONTEÚDOS OBRIGATÓRIOS	32
6.6 COMPONENTES CURRICULARES OBRIGATÓRIOS	32
6.6.1 Cinema Nacional (Lei nº 13.006/2014)	33
6.7 RAZÕES E OBJETIVOS PEDAGÓGICOS PARA O/S TURNO/S E HORÁRIOS DO CURSO..	34

6.8 DURAÇÃO DA HORA-AULA	34
6.9 CRITÉRIOS PARA ISONOMIA NA OFERTA DOS COMPONENTES CURRICULARES	34
6.10 TEMAS TRANSVERSAIS	34
6.11 MATRIZ CURRICULAR	37
6.12 QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO DA HORA-RELÓGIO - PRESENCIAL E A DISTÂNCIA.....	38
6.13 EMENTAS DOS COMPONENTES CURRICULARES.....	39
7 INFRAESTRUTURA MÍNIMA REQUERIDA.....	60
7.1 DIRETORIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (CURITIBA)	60
7.2 POLOS	61
7.3 CONVÊNIO E PARCERIAS.....	62
8. INFRAESTRUTURA PARA ATENDIMENTO ÀS NECESSIDADES ESPECIAIS.....	63
9. PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO	63
10. AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO (PPC)	67
10.1 CONCEPÇÃO E METODOLOGIA	67
10.2 CRONOGRAMA.....	68
10.3 DIAGNÓSTICO E INTERVENÇÕES.....	69
REFERÊNCIAS	70
ANEXOS	74
I Portaria de nomeação da Comissão de Estruturação do Curso (CEC)	75
II Portaria de nomeação do Parecerista.....	76
III Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho	77
IV Plano de ação para permanência e êxito dos estudantes do curso.....	79
V Plano de Integração das Ações de Pesquisa, Extensão e Inovação	81
VI Ata da Reunião de Gestão – Diretoria de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais	83
VII Relatório Final de Curso	84

1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

NÚMERO DO PROCESSO: 23411.009685/2017-70

NOME DO CURSO: Curso Técnico em Vendas

EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios

COORDENAÇÃO DO CURSO

Coordenadora: Professora Vania Carla Camargo

E-mail: vania.camargo@ifpr.edu.br

Telefone: (41) 3535-1800

Diretoria de Educação a Distância

Endereço: Av. Senador Salgado Filho, 1200, Guabirota, Curitiba, PR.

Telefone: (41) 3535 1800

Home-page: <http://ead.ifpr.edu.br/>

E-mail: recepcao.ead@ifpr.edu.br

LOCAL DE REALIZAÇÃO: os cursos serão realizados em diversos Polos pelo Paraná e demais Estados brasileiros.

ABERTURA DE CURSO (X)

COMISSÃO DE ESTRUTURAÇÃO DO CURSO	
Função	Nome
Presidente	Vania Carla Camargo
Membro	Kriscie Krisciane Venturi
Membro	Gisleine Bovolim
Membro	Gioconda Ghiggi
Membro	Lucilene Fátima Baldissera
Membro	Carmen Sílvia da Costa
Membro	Aline Vieira Velozo

Conselho profissional ou legislação que regula a profissão que o curso habilita a exercer:

- Lei nº 12.790/2013: Dispõe sobre a regulamentação do exercício da profissão de comerciário (integrantes da categoria profissional de empregados no comércio)
- Lei nº 4.886/1965: Regula as atividades dos Representantes Comerciais autônomos.
- Lei nº 8.420/1992: Introduce alterações na Lei nº 4.886/1965, que regula as atividades dos representantes comerciais autônomos.

1.1 CARACTERÍSTICAS DO CURSO

Nível: Médio
Forma de oferta: Subsequente
Modalidade de oferta: () Presencial (X) A distância
Tempo de duração total do curso em anos: 2 anos
Turno de oferta: (x) Matutino (x) Vespertino (X) Noturno () Diurno () Integral
Horário de oferta do curso: dependendo do horário acordado no polo para oferta, os encontros presenciais poderão ocorrer nos horários: matutino das 09:00h às 12:00h, vespertino das 14:00h às 17:00h ou noturno das 19:00h às 22:00h.
Carga horária total em hora relógio: 960 horas
Carga horária de estágio: não previsto
Número máximo de vagas do curso: 50 por turma
Número mínimo de vagas do curso: 25 por turma
Ano de criação do curso: a depender da Portaria de Criação do Curso
Ano de início de primeira turma: 2017
Tipo de Matrícula: Modular
Regime Acadêmico: Modular - Com duração de 2 meses cada módulo
Requisitos de acesso ao Curso: Ensino Médio Completo e aprovação no processo seletivo. Considerando que a oferta deste curso está vinculada ao Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego/Bolsa Formação, no Programa da Rede e-Tec Brasil, o processo seletivo segue as orientações da Portaria/MEC nº 817/2015 e o Manual de Gestão da Bolsa-Formação (2017).
Instituição conveniada: A partir do processo de descentralização da oferta dos cursos técnicos da Diretoria de Educação a Distância para os Campi, as parcerias, quando houver, serão estabelecidas pelos próprios campi mediante a demanda local, o interesse do IFPR e das instituições demandantes. Estas ações serão fiscalizadas e subsidiadas pela Diretoria de EaD, tendo este documento e a legislação pertinente como referência. Quando a oferta ocorrer pela própria Diretoria de Educação a Distância, ficará sob responsabilidade desta a realização da(s) parceria(s).

2. JUSTIFICATIVA

A abertura do Curso Técnico em Vendas se justifica pela necessidade apresentada no mapa de demanda identificado e publicado pela Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação (Setec/MEC) em setembro de 2017, com vagas a serem atendidas pelas instituições que oferecem cursos pelo Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego/Bolsa Formação, no Programa da Rede e-Tec Brasil. As vagas do Curso Técnico em Vendas vieram direcionadas às cidades onde se localizam os *campi* do IFPR. Este mapa é elaborado pelos Ministérios responsáveis no levantamento de necessidades de formação técnica e tecnológica.

A Diretoria de Educação a Distância do Instituto Federal do Paraná (IFPR) fez consulta à todos os *campi*, nos quais haviam vagas a serem pactuadas, considerados estes como polos parceiros na oferta de cursos na modalidade a distância, por meio dos Núcleos de Tecnologia e Educação a Distância de cada um.

Após envio da possibilidade de oferta à Setec/MEC, esta homologou as vagas da oferta. Assim, o Reitor do IFPR autorizou e aprovou, por meio do Sistema Integrado de Monitoramento, Execução e Controle (Simec), o Projeto Básico e o Plano de Trabalho Anual de Curso.

Identificada a demanda por formação técnica nesta área, é preciso também buscar compreender qual o papel do profissional de vendas que o mercado busca. Segundo Santos:

O consumidor está cada vez mais informado e exigente, devido à grande quantidade de informações e conhecimento que se tem disponível hoje em dia. Com este comportamento, as empresas acabam tendo consciência que devem focar em um atendimento de excelência desde o primeiro contato, até o pós-venda; e logo compreende que isso só se consegue com muito treinamento, aperfeiçoamento de todos os seus colaboradores, melhoria na estrutura física, nos produtos e serviços, para que os mesmos possam atender as necessidades dos clientes. [...]

Garantir um alto nível de prestação de serviço não é tarefa fácil. O caminho é longo e exige capacitação constante. A figura do líder é fundamental, pois são os responsáveis diretos no sucesso e na melhoria da qualidade do atendimento. (SANTOS, 2017, p.209 e 210)

Assim, surge materializada a ideia, que se apresenta como demanda, de se realizar uma formação técnica voltada a instrumentalizar profissionais para atuarem na comercialização de produtos e serviços, cujo perfil se identifique com o comportamento atual dos mercados no nível de excelência e resultados.

Para esses profissionais que atuarão nesse mercado competitivo, é necessária uma formação que o prepare para o mundo do trabalho, de maneira integrada e holística, visando ao desenvolvimento de competências e habilidades de cunho básico, pessoal e técnico. Para tanto, o curso que busca formar esse profissional deverá utilizar estratégias que favoreçam a compreensão de significados e a integração entre a teoria e a prática, através de componentes curriculares e atividades que envolvam múltiplas dimensões do eixo tecnológico de gestão e negócios e áreas vinculadas, com conteúdos que se apresentem de modo flexível, interdisciplinar e contextualizado, e em cuja metodologia esteja refletida a indissociabilidade entre a teoria e a prática, ao mesmo tempo em que contempla os saberes científicos e tecnológicos.

De fato, a educação profissional representa o modelo de formação que vem atender a essa necessidade, ao tempo em que articula emprego, ciência e tecnologia.

Diante deste contexto, justifica-se a abertura e oferta do Curso Técnico em Vendas, subsequente, na modalidade a distância pelo IFPR.

Acrescenta-se que a Diretoria de Educação a Distância, por meio da Diretoria de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais, no ano de 2017, realizou pesquisa junto ao observatório do IFPR e demais estatísticas para verificação de atuação de cada *campus* do IFPR e do potencial para formação de cada região.

O Estado do Paraná apresenta vários polos de vendas de produtos diversos, desde móveis e vestuário, passando por brindes, cerâmica, couro, móveis de metal, software e a agroindústria, uma das maiores potências paranaenses.

Já em 2005, o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes) publicou um relatório que apresentava, no Estado do Paraná, o monitoramento de 25 Arranjos Produtivos Locais (APL) em crescimento no Estado.

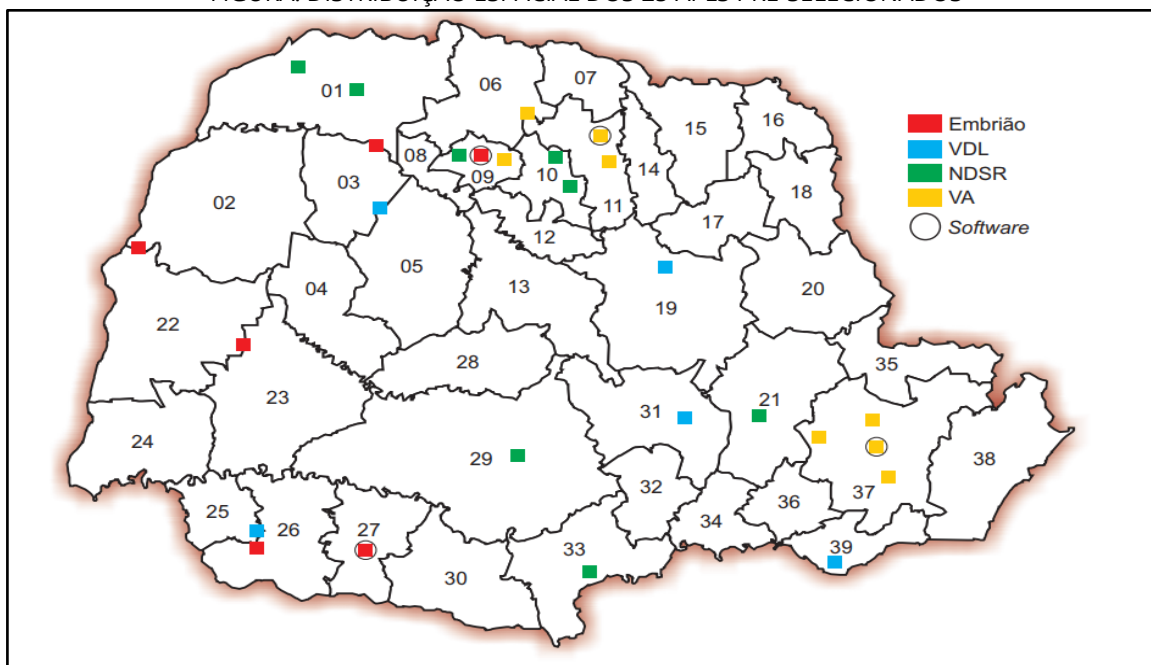
QUADRO: AGLOMERAÇÕES PRODUTIVAS PRÉ-SELECIONADAS, SEGUNDO A TIPOLOGIA DE APL

VECTOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL – VDL (5)	NÚCLEO DE DESENVOLVIMENTO SETORIAL REGIONAL – NDSR (8)
Caso 1 – Cianorte (confeções) Caso 2 – Telêmaco Borba (madeira) Caso 3 – Sudoeste (confeções) Caso 4 – Imbituva (malhas) Caso 5 – Rio Negro (móveis e madeira)	Caso 1 – Paranavaí (mandioca e fécula) Caso 2 – Loanda (metais sanitários) Caso 3 – Maringá (colchões) Caso 4 – Apucarana (confeções – bonés) Caso 5 – Arapongas (móveis) Caso 6 – Ponta Grossa (móveis de metal e sistemas de armazenagem e logística) Caso 7 – Guarapuava (madeira e pasta mecânica) Caso 8 – União de Vitória (madeira e esquadrias)
EMBRIÃO – E (5)	VECTOR AVANÇADO – VA (7)
Caso 1 – São Carlos do Ivaí (cerâmica vermelha) Caso 2 – Terra Roxa / Altônia (confeções) Caso 3 – Toledo / Cascavel (equipamentos e implementos agrícolas) Caso 4 – Sudoeste (móveis) Caso 5 – Maringá / Pato Branco (<i>software</i>)	Caso 1 – Maringá (confeções). Caso 2 – Londrina (couros e artefatos de couro). Caso 3 – Londrina (plásticos). Caso 4 – Curitiba / Londrina (<i>software</i>). Caso 5 – Curitiba (apar. e instr. médicos, odontológicos e hospitalares). Caso 6 – Curitiba (louças e porcelana). Caso 7 – Curitiba (cal e calcário).

FONTE: IPARDES. Arranjos produtivos locais do Estado do Paraná: identificação, caracterização e construção de tipologia. Curitiba: IparDES, 2006.

O estudo apresentava ainda a distribuição desses APLs pelos Estados.

FIGURA: DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL DOS 25 APLS PRÉ-SELECIONADOS



FONTE: IPARDES. Arranjos Produtivos Locais do Estado do Paraná: identificação, caracterização e construção de tipologia. Curitiba: IparDES, 2006.

De acordo com o Índice de Atividade Econômica (IBC-BR) do Banco Central, a economia do Paraná cresceu 2,4% de janeiro a agosto de 2017. O indicador é considerado uma prévia do comportamento do Produto Interno Bruto (PIB). (...) No mesmo período, o Brasil registrou avanço bem mais tímido, de 0,31%. Depois de uma retração de 2,6% em 2016, a estimativa para a economia paranaense era de crescimento de 1,5% em 2017. (...) Dados do IBGE também demonstram evolução no setor de serviços, um dos mais importantes da economia estadual. O crescimento de janeiro a agosto foi de 4,2%, enquanto em todo Brasil o setor acumula uma queda de 3,8% na mesma base de comparação.(...) Depois de amargar redução das vendas e aumento da ociosidade nas fábricas, a indústria do Paraná aumentou em 4,6% sua produção nos primeiros oito meses deste ano, de acordo com dados do IBGE. O desempenho do Estado está bem superior ao do Brasil, cujo crescimento foi de 1,5% na mesma base de comparação. (IPARDES, 2017)

Visto o crescente da economia no Estado do Paraná, podemos considerar o crescimento desses APLs, em número e tamanho, trazendo maior necessidade de qualificação profissional aos profissionais de vendas, que nos últimos anos movimentam a economia, fazendo girar os produtos e serviços produzidos no nosso Estado, seja por meio de varejo, de atacado, de comércio eletrônico ou até mesmo com a venda porta a porta.

3. OBJETIVOS DO CURSO

3.1 OBJETIVO GERAL

Proporcionar uma formação técnica de nível médio em Vendas, na forma de oferta subsequente, tendo como fundamentos e pressupostos os conhecimentos técnico-científicos, éticos, políticos e educacionais.

Tornar o discente apto a executar atividades laborais na comercialização de produtos e serviços, seja como assalariado ou de forma autônoma, contribuindo também para a formação do mesmo como um sujeito ético, autônomo, crítico, empreendedor, reflexivo e comprometido com a sustentabilidade. Sujeito este que analise e compreenda a realidade regional onde está inserido. Atuante na modificação da sociedade, tendo o trabalho como princípio educativo.

Utilizar estratégias educacionais favoráveis à compreensão de significados e à integração entre a teoria e a vivência da prática profissional, envolvendo as múltiplas dimensões do eixo tecnológico do curso e das ciências e tecnologias a ele vinculadas, por meio da contextualização da prática profissional com a ciência, a flexibilidade e a interdisciplinaridade.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Oferecer uma formação de educação profissional que articule trabalho, ciência, tecnologia e cultura na formação de um profissional técnico em vendas preparado para atuação exitosa no mundo do trabalho.

Propiciar formação de maneira holística e integrada, que vise o desenvolvimento de competências e habilidades de cunho básico, pessoal e técnico, através de estratégias que promovam a compreensão de significados e a integração entre teoria e prática, através de componentes curriculares e atividades que envolvam múltiplas dimensões do eixo tecnológico de gestão e negócios e áreas vinculadas, com conteúdos que se apresentem de modo flexível, interdisciplinar e contextualizado, e em cuja metodologia esteja refletida a indissociabilidade entre a teoria e a prática, ao mesmo tempo em que contempla os saberes científicos e tecnológicos.

Formar técnicos em Vendas, de nível médio, com habilidades e competências técnicas pessoais para:

- Atuar no comércio (inclusive eletrônico), atacado e varejo ou de maneira autônoma, como representante de vendas, em empresas dos mais diversos setores.
- Demonstrar capacidade de liderança e tomada de decisões.
- Saber caracterizar os tipos de clientes.
- Preparar, promover e efetuar a venda de produtos e serviços.
- Organizar o ambiente de venda com criatividade.

- Promover serviços de apoio ao cliente, fidelização e atendimento pós-venda.
- Organizar e gerenciar os arquivos dos clientes.
- Realizar prospecção de novos clientes.
- Exercitar a empatia e saber ouvir o cliente.
- Demonstrar confiança, tenacidade comercial, capacidade de negociação, persuasão e senso ético.
- Demonstrar resiliência e flexibilidade.
- Demonstrar senso de organização e planejamento.
- Desenvolver boa comunicação oral e escrita.
- Possuir capacidade de trabalhar em equipe ou sob pressão, contornando situações adversas.

4. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

O estudante egresso do curso técnico em Vendas do eixo tecnológico Gestão e Negócios é um profissional que, segundo a 3ª edição do catálogo Nacional de cursos técnicos,

estuda os produtos e serviços da empresa. Caracteriza o tipo de clientes e recolhe informações sobre a concorrência e o mercado em geral. Prepara, promove e efetua a venda de produtos e serviços. Organiza o ambiente de venda. Promove serviços de apoio ao cliente, fidelização e atendimento pós-venda. Organiza e gerencia os arquivos dos clientes. Realiza prospecção de novos clientes (BRASIL, MEC/SETEC, 2016, p. 96).

Para, além disso, ele tem uma visão sistêmica do mundo do trabalho que atua de forma independente e inovadora, acompanhando a evolução da profissão.

Neste contexto de formação, o profissional possui capacidade de comunicação e de trabalho em equipe, de construir projetos de forma coletiva agindo com ética profissional, sustentabilidade, responsabilidade social e domínio do saber-fazer, do saber-ser, do saber-saber e do saber-conviver. Estes saberes foram construídos

mediante a articulação dos componentes na matriz curricular promovendo o conhecimento, habilidades e competências necessárias às ações profissionais.

Ele deve ser capaz de atuar no comércio (inclusive eletrônico) atacadista ou varejista, em indústrias e/ou de serviços, como assalariado ou de maneira autônoma, prestando serviços como representante de vendas para empresas dos mais diversos setores. Estes conhecimentos são construídos nos componentes de Marketing de Atacado e Varejo, Canais de distribuição e Logística, Formação de preços, Estratégias de Negociação, Gestão de Pessoas e Equipes, Empreendedorismo, Projeto de Inovação no mundo do Trabalho.

Esse profissional busca conhecimentos acerca dos produtos e serviços a serem comercializados, caracterizando o tipo de cliente e recolhendo informações sobre sua concorrência, o mercado em que atua e o mercado em geral, a fim de elaborar estratégias de marketing e vendas e realizar planejamento para a adoção das melhores estratégias considerando os objetivos e metas determinados. Utilizará para a construção destas habilidades ao desenvolver os conteúdos dos componentes: Comportamento do Consumidor I e II, Promoção, Eventos e Merchandising, Direito do Consumidor, Fundamentos de Marketing, Projeto de Inovação no mundo do Trabalho, Matemática Financeira, Informática Aplicada.

O egresso do curso técnico em Vendas trabalha na formação de preço para vendas. Ele estuda e promove as melhores técnicas de vendas que envolvam o cliente consumidor, bem como a organização física e estética dos locais de venda, sejam físicos ou virtuais, a fim de concretizar os negócios previstos para alcançar os resultados. Também realiza ações de venda em eventos e promoções, considerando sempre a construção de uma relação ética com o consumidor e com o mercado onde atua. Organiza e atua em serviços de apoio ao cliente e atendimento pós-venda para promover a fidelização do produto e/ou serviço.

Construirá estes conhecimentos na inter-relação dos componentes: Marketing de Atacado e Varejo, Formação de preços, Estratégias de Negociação, Noções de e-Commerce, Comunicação Visual e Vitrinismo, Promoção, Eventos e Merchandising, Direito do Consumidor, Projeto de Inovação no mundo do Trabalho.

O profissional se adapta aos diferentes perfis de consumidores. É empático, inspirando confiança no cliente. É disciplinado e planejador de suas ações. Possui capacidade investigativa e tenacidade comercial.

Sabe ouvir, é entusiasta, organizado, ágil na busca de soluções para o cliente e é um bom comunicador.

É focado nos seus objetivos e os tem de forma clara. Apresenta persistência, sabe o valor das coisas (além do preço) e tem habilidades em trabalhar com pessoas e vendas.

Construirá estas habilidades na inter-relação dos componentes: Comunicação para Vendas, Comunicação e Linguagem, Administração de Vendas, Técnicas de Vendas, Estratégias de Negociação, Projeto de Inovação no mundo do Trabalho.

5. CERTIFICADOS E DIPLOMAS A SEREM EMITIDOS

Será considerado aprovado(a) o(a) estudante que concluir com êxito todos os componentes curriculares, bem como tiver frequência igual ou superior a 75% em todos os Módulos. Os estudantes aprovados receberão o **Diploma de Técnico em Vendas, do Eixo Tecnológico Gestão e Negócios**.

6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

6.1 PRESSUPOSTOS PEDAGÓGICOS

Com base nos estudos realizados pela Portaria nº 50 de 2015 da Diretoria de Educação a Distância, segue a concepção adotada para os cursos na modalidade a distância ofertados por esta diretoria.

Pedagogia Histórico-Crítica

A educação é entendida como o ato de produzir, direta e intencionalmente, em cada indivíduo singular, a humanidade que é produzida histórica e coletivamente pelo conjunto dos homens. Em outros termos, isso significa que a educação é entendida como mediação no seio da prática social global (SAVIANI, 2012, p. 36).

Partimos do pressuposto que não há neutralidade na ação docente e, por isso, requer-se que os envolvidos nos processos decisórios dos pressupostos da relação ensino-aprendizagem assumam um posicionamento sobre os objetivos que esperam alcançar e sobre os modos de promover o desenvolvimento e a aprendizagem dos sujeitos inseridos em determinado contexto sociocultural.

A concepção pedagógica se refere a um conjunto de intenções, articulado a conhecimentos teóricos e práticos que oferecem racionalidade científica e base teórico-metodológica para a organização das práticas educativas. Para que o docente fundamente sua prática, ele precisa considerar que vive em um contexto concreto de transformações sociais, econômicas, políticas e culturais que tendem a privar a humanidade de perspectivas de existência individual e social, pois as relações estabelecidas são de poder.

A Diretoria de Educação a Distância (DEaD) do Instituto Federal do Paraná (IFPR), como proponente de cursos na modalidade a distância de nível técnico médio, superior e de pós-graduação, além de projetos diversos, insere-se entre aqueles que necessitam assumir uma concepção pedagógica, definindo assim sua compreensão de homem e sociedade, seus pressupostos sobre o papel da escola, sobre os processos de ensino e de aprendizagem, as relações entre estudante-professor, entre outros. Estes pressupostos são condicionados aos aportes teóricos e sociopolíticos assumidos pela instituição por meio de estudos, reflexões e discussões realizadas pela sua equipe pedagógica e demais membros envolvidos.

Para a construção de sua identidade pedagógica, a DEaD reconhece a importância do Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2014-2018 do IFPR, que discute a dimensão político-pedagógica da instituição. O documento preconiza uma concepção de educação que integre todas as dimensões da vida (o trabalho, a ciência e a cultura) no processo formativo.

Após revisão das tendências pedagógicas brasileiras e um breve levantamento das tendências pedagógicas pós-modernas, optou-se pelo aprofundamento nos estudos sobre a teoria Histórico-Crítica, preconizada por Dermeval Saviani, Carlos

Jamil Cury, Acácia Kuenzer e José Carlos Libâneo (Teoria Crítica-Social dos conteúdos). Esta definição se justifica por tal tendência partir de uma análise crítica das realidades sociais e propiciar que as finalidades sociopolíticas da educação sejam efetivadas, sobretudo na busca da compreensão da realidade para poder transformá-la, por meio da construção de novas relações sociais que superem as desigualdades sociais e econômicas.

Tais finalidades coadunam com o previsto no PDI do IFPR:

Para avançar na constituição de uma escola comprometida com a emancipação humana nos espaços de contradição da sociedade contemporânea, o IFPR insere-se como um lugar de aprender a interpretar o mundo para, então, poder transformá-lo a partir do domínio dos conhecimentos científico-tecnológicos, sócio-históricos e culturais, bem como dos seus processos de construção, necessários à superação dos conflitos sociais, em uma sociedade cujas relações são, cada vez mais, mediadas pela ciência e pela tecnologia (IFPR, 2014, p.32).

Delimitam-se, a seguir, aspectos relevantes a serem considerados sobre a Pedagogia Histórico-Crítica e suas derivadas:

Referencial Teórico

Todas as concepções pedagógicas devem ter o suporte de uma teoria filosófica e de uma teoria psicológica. Neste caso, a base filosófica é o materialismo histórico-dialético, a partir das obras de Marx, Gramsci, Manacorda, Suchodolski, pois a prática pedagógica da Pedagogia Histórico-Crítica propõe uma interação entre conteúdo e realidade concreta, visando à transformação da sociedade. A corrente psicológica que a subsidia é a Histórico-cultural (ou Sócio histórica) que, por meio dos escritos de Vygotsky, Lúria, Leontiev e Wallon, explica o desenvolvimento humano a partir da interação.

Sociedade

A sociedade capitalista se caracteriza pela divisão em classes, sendo que uma possui os meios de produção enquanto a outra vende sua força de trabalho para sobreviver.

Desta divisão decorre a divisão social do trabalho e do conhecimento. A escola, sendo o espaço privilegiado de formação, não se isenta dos determinantes sociais e, por isso, pode contribuir para a reprodução ou para a transformação da sociedade. Na perspectiva da pedagogia Histórico-crítica, a classe dominada deve dispor do conhecimento historicamente produzido e fazer dele um instrumento de emancipação. Ressalta-se que a classe dominante já possui este conhecimento e faz uso dele a fim de perpetuar sua dominação.

Ser humano

O ser humano é um sujeito histórico-social que precisa produzir constantemente sua existência. Em vez de se adaptar à natureza, ele adapta a natureza às suas necessidades, ele a transforma por meio do trabalho. O trabalho só pode ser realizado a partir do momento em que o homem antecipa mentalmente a finalidade da sua ação, ou seja, implica em ação intencional. Para Saviani (2012), ao mesmo tempo em que transforma sua realidade concreta, o homem se transforma pelas relações que estabelece no processo de produção, produzindo sua humanidade e alterando sua visão de mundo.

Escola

A escola é o espaço social responsável pela apropriação do saber universal, sendo que sua tarefa primordial é a difusão de conteúdos concretos e, portanto, indissociáveis das realidades sociais. Assim, a proposta da Pedagogia Histórico-Crítica é, realmente, deixar claro quais são os objetivos na formação educativa a partir de uma realidade que se apropria do conhecimento popular existente na formação comum do ser humano para trazê-lo ao contraponto com o saber científico, estruturado cientificamente pela escola. Daí a existência de “uma instituição cujo papel consiste na socialização do saber sistematizado” (SAVIANI, 2012, p. 18). Para que a escola sirva aos interesses populares, ela deve garantir a todos a apropriação crítica e histórica dos conteúdos escolares básicos e que tenham relevância na vida. A aquisição de conteúdos e a socialização preparam o estudante para atuar no mundo

em suas contradições. De acordo com Libâneo, “a valorização da escola como instrumento de apropriação do saber é o melhor serviço que se presta aos interesses populares, já que a própria escola pode contribuir para eliminar a seletividade social e torná-la democrática” (1992, p. 13).

Conteúdos de Ensino

Conteúdos culturais universais, historicamente construídos e apropriados pela humanidade, permanentemente reavaliados frente às realidades sociais. Para além do “ensinar”, os conteúdos devem ser ligados à significação humana e social, para que, assim, a experiência imediata e desorganizada do saber que o estudante possui possa, progressivamente, transformar-se em conhecimento científico sistematizado. Não se trata de desvalorizar a apreensão da realidade inicial do estudante, mas levá-lo a uma elaboração superior, mediada pelo professor.

Professor

É um mediador competente que direciona o processo pedagógico, interfere e cria condições necessárias para a apropriação do conhecimento. O esforço do professor em orientar e abrir perspectivas a partir dos conteúdos implica envolvimento com o estilo de vida dos estudantes, tendo consciência dos possíveis contrastes entre sua cultura e a do estudante. Não é suficiente satisfazer apenas as necessidades presentes, é preciso despertar outras necessidades, acelerar e disciplinar os métodos de estudo, exigir o esforço do discente, para que este se mobilize para uma participação ativa.

Métodos de Ensino

Os métodos estão subordinados aos conteúdos. Como o objetivo é privilegiar a aquisição do saber vinculado às realidades sociais, os métodos devem propiciar a correspondência dos conteúdos com os interesses dos estudantes, para que estes alcancem a compreensão da realidade. Os métodos de uma pedagogia Histórico-Crítica relacionam a prática vivida pelos estudantes aos conteúdos propostos pelo

professor. A introdução explícita dos novos elementos de análise, feita pelo professor, provocam a ruptura com o conhecimento anterior. Por meio da mediação do professor, há o confronto entre a experiência e o conhecimento científico sistematizado.

6.2 ORIENTAÇÃO METODOLÓGICA

A organização do Curso Técnico em Vendas observa as seguintes normativas: Lei nº 9.394/96 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação), Resolução CNE/CEB nº 6/2012 (Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação Profissional Técnica de Nível Médio), Resolução IFPR nº 54/2011 (Organização Didático-Pedagógica da Educação Profissional Técnica de Nível Médio e Formação Inicial e Continuada de trabalhadores), Resolução IFPR nº 50 de 2017 (Normas de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem no âmbito do IFPR), Resolução CNE/CEB nº 01/2014 (Catálogo Nacional de Cursos Técnicos) e a Instrução Interna de Procedimentos da Proens IFPR nº 02/2017 (Dispõe sobre a oferta de cursos técnicos de nível médio e cursos de graduação no âmbito do Instituto Federal do Paraná). Com base nos marcos legais mencionados e pesquisas realizadas sobre os conteúdos a serem trabalhados, a Comissão de Estruturação de Curso (CEC) organizou a estrutura curricular do curso em sete módulos mais o Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho. Cada módulo está estruturado para articular os fundamentos teóricos com questões do cotidiano dos(as) nossos(as) estudantes.

Como proposta metodológica, serão organizados projetos envolvendo os componentes curriculares de cada módulo, possibilitando aos estudantes atividades interdisciplinares que buscam desenvolver o pensamento tecnológico crítico e a capacidade de intervir em situações que o(a) estudante vivenciará ao longo da vida e no ambiente de trabalho.

6.2.1 Frequência e presencialidade

Com relação à presencialidade, o Projeto atende o mínimo de 20% da carga horária do curso, conforme a Resolução CNE nº 06/2012, por meio dos encontros semanais e atividades avaliativas presenciais no polo e pelo Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho.

A frequência do curso, considerando as especificidades da modalidade a distância, será contabilizada por meio das presenças nas aulas realizadas nos polos, das atividades realizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) e participação no Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho. Os(as) Professores(as) Mediadores(as) Presenciais serão responsáveis pelo acompanhamento da frequência tanto nos encontros presenciais quanto no AVA. Para fins de atender ao disposto na Resolução 54/2011, a frequência mínima será de 75% da carga horária para cada módulo.

6.2.2 A organização dos módulos

O conjunto de componentes curriculares foi escolhido primando por uma formação técnica moderna, autônoma e cidadã. Os critérios utilizados para a escolha desses componentes e a elaboração de suas ementas observaram a construção de habilidades e competências de cunho básico, pessoal e técnico, para compor uma formação profissional de maneira holística e integrada.

Importante destacar que o valor da carga horária de 960h foi estabelecido por meio do mapa de demanda identificado pela Setec/MEC, visto que o valor de recurso orçamentário que a instituição recebe, por meio do Programa, é referente à carga horária desenvolvida no curso. Justifica-se, desse modo, a carga horária superior aos 10% estabelecido pela IIP 02/2017.

O Curso terá suas horas-relógio distribuídas da seguinte maneira:

Módulo 1 (126 horas-aula - 126 horas-relógio) *Componentes Curriculares: Tecnologias e Ambientes Virtuais de Aprendizagem, Orientação para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho, Comunicação e Linguagem.* O primeiro módulo reúne três componentes curriculares que possibilitam ao estudante a instrumentalização para o aprendizado na modalidade a distância, o aprimoramento dos elementos comunicacionais da língua falada e escrita, bem como noções do desenvolvimento de projetos de pesquisa e inovação no mundo do trabalho.

Módulo 2 (126 horas-aula - 126 horas-relógio) *Componentes Curriculares: Comunicação para Vendas, Fundamentos de Marketing, Administração de Vendas.* O segundo módulo constrói com o estudante os elementos essenciais que o profissional técnico em Vendas necessita para o desempenho de sua profissão, a saber: a comunicação eficaz com o cliente, a publicização dos produtos e os elementos de administração das vendas que lhe conferirão a organização necessária ao seu trabalho.

Módulo 3 (129 horas-aula - 129 horas-relógio) *Componentes Curriculares: Comportamento do Consumidor I, Promoção, Eventos e Merchandising, Direito do Consumidor.* O terceiro módulo embasa o estudante com os conhecimentos necessários a respeito do cliente, seu perfil, comportamento e direitos. Aborda, também, a forma de publicização dos produtos e serviços, a fim de atingir o público a que pertencem os seus clientes.

Módulo 4 (126 horas-aula - 126 horas-relógio) *Componentes Curriculares: Comportamento do Consumidor II, Noções de e-Commerce, Técnicas de Vendas.* O quarto módulo apresenta os conteúdos mais aprofundados sobre o comportamento do consumidor, as técnicas de vendas mais utilizadas no mercado atualmente e como vender por meio do e-commerce, a modalidade de comércio que mais cresce no mundo.

Módulo 5 (126 horas-aula - 126 horas-relógio) *Componentes Curriculares: Matemática Financeira, Gestão de Pessoas e Equipes, Empreendedorismo.* O quinto módulo trabalha os instrumentos que um profissional de vendas necessita para ter bom desempenho trabalhando em equipes, seja como contratado ou como empreendedor autônomo, para gerenciar seu negócio de maneira eficaz e eficiente. Além disso, serão apresentadas ao(à) estudante as noções de matemática financeira.

Módulo 6 (126 horas-aula - 126 horas-relógio) *Componentes Curriculares: Comunicação Visual e Vitrinismo, Canais de distribuição e Logística, Informática Aplicada.* No sexto módulo, o estudante terá subsídios para trabalhar as técnicas de comunicação visual como instrumentos alavancadores de vendas. Este módulo trará conhecimentos a respeito da utilização da informática para apresentação/gerenciamento de informações no desempenho de suas funções de vendedor. Também proporcionará a construção de conhecimentos a respeito dos processos logísticos envolvidos no armazenamento e transporte de produtos comercializados.

Módulo 7 (126 horas-aula - 126 horas-relógio) *Componentes Curriculares: Marketing de Varejo e Marketing de atacado, Formação de preços, Estratégias de Negociação.* O sétimo módulo tratará de conteúdos que instrumentalizam o vendedor para a precificação de seus produtos e utilização das mais diversas estratégias de negociação para fechamento de vendas tanto no mercado varejista quanto no atacadista.

Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho (PIMT) (56 horas-relógio): O PIMT objetiva ser o integrador das ações de ensino, pesquisa, extensão e inovação com as questões teóricas e práticas propostas pelo curso, transcorrendo por todo o período letivo. Ele constituirá uma importante base teórica para observar as realidades locais e planejar intervenções e soluções junto à comunidade externa local de cada polo, dentro da área do Curso.

Exibição de filmes nacionais (22 horas-relógio): Em atendimento ao disposto na Lei nº 13.006/2014.

6.3 AVALIAÇÃO DO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM

Apresentaremos os elementos que norteiam o processo avaliativo do Curso Técnico em Vendas, com base nas concepções pedagógicas adotadas na EaD e nas Resoluções pertinentes.

6.3.1 Concepção de Avaliação

De acordo com Vasconcellos (2012), a avaliação é um processo abrangente da existência humana que implica uma reflexão crítica sobre a prática, no sentido de captar seus avanços, suas resistências, suas dificuldades, e possibilitar uma tomada de decisão sobre o que fazer para superar os problemas/obstáculos identificados. Deste modo, a avaliação dos educandos, sendo uma importante etapa do processo de ensino e aprendizagem, torna-se um tema recorrente, o qual interfere sensitivamente nas formas, métodos e modelos dos processos de ensino. Diante deste cenário, é necessário que esta seja abordada e amplamente debatida pela comunidade docente e pela comunidade escolar.

De acordo com Palangana e Galuch,

A avaliação é, sem dúvida, um momento significativo dos processos de ensino e aprendizagem, uma vez que, a princípio, dela advêm os elementos que instruem a continuidade desses processos: a segurança para avançar na discussão de novos conhecimentos, de cuja compreensão depende o desenvolvimento de capacidades mais complexas de pensamento; ou, ao contrário, a constatação da necessidade de retomar conceitos, relações, enfim, o conteúdo estudado ou parte dele, haja vista as dificuldades detectadas. A avaliação é, pois, o parâmetro que orienta o constante ir-e-vir imprescindível ao ensino realizado numa continuidade histórica e à aprendizagem de conteúdos que fazem sentido aos estudantes (PALANGANA, GALUCH; 2007, p. 30).

A Educação a Distância (EaD) do IFPR adota a Pedagogia Histórico-Crítica como norteadora do processo de ensino e de aprendizagem. Conseqüentemente, a prática da avaliação ocorre pela mesma proposta pedagógica. Esta tem por princípio a valorização dos conhecimentos científico-culturais necessários à atuação e à transformação das realidades sociais.

Em conformidade com a teoria Histórico-Crítica, busca-se realizar uma avaliação dinâmica, aberta, contextualizada e tendo o professor como mediador, o qual exerce uma postura dialógica e cooperativa, proporcionando a autonomia e a participação aos discentes. Serão realizadas atividades envolvendo contextos sociais incorporados a situações autênticas, relevantes ao mundo real e à cultura, a fim de fomentar a atividade intelectual individual e social dos estudantes.

Para que este processo de avaliação seja efetivado, há o compromisso dos(as) profissionais envolvidos(as) com a proposta do curso e no planejamento do trabalho pedagógico (organização dos materiais, planejamento das avaliações etc.) considerando o(a) discente com seus conhecimentos prévios, as particularidades de cada grupo, respeitando as diversidades sociais e culturais. Assim a avaliação dos estudantes deverá ser formativa, portanto integral, processual e contínua.

Cabe ainda destacar que este processo segue as regulamentações institucionais, ou seja, Resolução IFPR nº 54/2011 e a Resolução IFPR nº 50/2017, bem como as legislações nacionais. Assim, o processo de avaliação será realizado em função dos objetivos propostos em consonância com o perfil do(a) egresso(a) e a modalidade a distância, levando em consideração:

- a participação individual e coletiva no polo e no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA);
- o estudo dos materiais didáticos digitais e/ou impressos disponibilizados;
- acompanhamento das informações referentes ao andamento do curso;
- a resolução das atividades presenciais e a distância (fóruns, questionários, entre outros);
- avaliação presencial no polo.

Outro ponto importante é apresentar para o(a) estudante, conforme Artigo 6º da Resolução IFPR nº 50/2017, como será o processo de avaliação, os instrumentos que serão utilizados, regras e critérios. O(a) discente precisa compreender detalhadamente o processo, visto a relevância deste momento, e, para tanto, teremos a adoção dos seguintes pontos:

- divulgação dos critérios avaliativos antes da efetivação das atividades e da aplicação dos instrumentos avaliativos;
- apoio disponível para aqueles que têm dificuldades;
- adequação pedagógica mais coerente sob a ótica da construção de conhecimentos e atitudes;
- importância conferida aos seus conhecimentos prévios e ao domínio atual dos conhecimentos que contribuam para a construção do perfil do(a) egresso(a) no mundo do trabalho.

Com relação aos instrumentos avaliativos, estes serão diversificados, conforme aponta a Resolução IFPR nº 50 de 2017. Entre as atividades propostas serão destacadas as que buscam a resolução de problemas em grupo, pesquisa, estudos de caso provenientes do mundo do trabalho, atividades de aprendizagem em grupo, rodas de conversa, discussões em equipe.

Serão considerados como critérios para a avaliação da aprendizagem do estudante:

- **identificação do problema:** atividade em que o estudante toma conhecimento do problema proveniente do mundo do trabalho; analisa e conclui quanto ao que é solicitado e quanto ao que é necessário fazer para a solução do mesmo. Como indicadores teremos: os conhecimentos teóricos e a construção argumentativa utilizada pelo(a) estudante;

- **elaboração de hipóteses:** após análise da situação, o estudante formula caminhos possíveis para a solução pretendida a partir das hipóteses formuladas e dos seus próprios ensaios, concluindo com a solução que pareça mais adequada à questão proposta. Serão considerados: argumentação e relação com os aspectos teóricos.
- **conhecimento técnico:** possuir conhecimento técnico para embasar a solução para as questões propostas ao(à) estudante.
- **comunicação:** habilidade discente de articulação, fundamentação, clareza e objetividade de ideias. Como indicadores teremos: argumentação nas respostas, exposição clara e interação tanto virtual como nos momentos presenciais.
- **interesse e dedicação:** atitude discente primeira e indispensável para o estudante que tem a intenção de construir um conhecimento determinado, mediante a atenção e/ou concentração para acompanhar as atividades de aula, esclarecendo dúvidas, complementando, exemplificando;
- **participação:** conduta discente ativa, como sujeito de reconstrução do conhecimento, mediante o registro das ideias desenvolvidas e/ou cumprimento das tarefas e/ou intervenções deduzidas e/ou questionamentos fundamentados. Serão considerados como indicadores: argumentação e relação com os aspectos teóricos, acompanhar as atividades de aula, esclarecendo dúvidas, complementando, exemplificando;
- **pontualidade:** atitude discente reveladora de compromisso com as responsabilidades escolares em que o estudante apresenta cumprimento dos horários e/ou tarefas propostas. O indicador a ser considerado: cumprimento de prazos;
- **solidariedade:** conduta discente de atenção ao próximo e de preocupação coletiva, socialização de informações, experiências e conhecimentos que possam beneficiar o grupo, mediante disposição de partilhar conhecimentos já construídos e/ou disposição de acompanhar e orientar o desempenho escolar do companheiro.

6.3.2 Recuperação Paralela

Conforme Artigo 13 da Resolução IFPR nº 50 de 2017, a recuperação de estudos é obrigatória. São previstas recuperações tanto contínuas como paralelas.

Com relação à recuperação contínua, o(a) professor(a) mediador presencial irá acompanhar as atividades (presenciais e no AVA), observando as dificuldades dos(as) estudantes e propondo ações para a retomada dos conteúdos. Neste processo, estão incluídos os(as) professores(as) conteudistas (com os materiais complementares) e a Coordenação do Curso (orientando e acompanhando).

A recuperação paralela da aprendizagem será realizada através de uma atividade diferenciada no AVA, com o acompanhamento e orientação do(a) professor(a) mediador(a) presencial. Esta atividade irá contemplar todo o conteúdo do componente curricular e visa a recuperar a aprendizagem. A recuperação paralela é destinada a todos(as) os(as) estudantes, principalmente aos que apresentaram baixo rendimento.

A recuperação paralela não será computada na carga horária obrigatória e será desenvolvida no AVA e por meio de encontros presenciais com o(a) Professor(a) mediador(a) presencial.

É responsabilidade do(a) professor(a) mediador(a) presencial comunicar a oferta da recuperação paralela ao estudante, bem como é responsabilidade do estudante participar das atividades propostas.

Após a realização da Recuperação serão realizados novos registros e, quando constatada a apropriação dos conteúdos, ocorrerá a mudança do resultado.

Considerando as especificidades da modalidade a distância e a frequência, que será computada também pelo desenvolvimento das atividades online, no AVA, os estudante que não obtiveram os 75% de frequência também serão submetidos às mesmas atividades.

Os estudantes não aprovados (seja por conceito ou por faltas) poderão participar do Programa de Reoferta Especial de Componente Curricular - PRECC. O referido Programa poderá ter sua oferta durante o período de realização do curso, na próxima oferta do mesmo ou ser ofertado independente da oferta regular do curso,

exclusivamente, para atender aos estudantes em situação de reprovação em um ou mais componentes curriculares do curso.

A oferta do PRECC ocorrerá durante a oferta do curso e fica restrita à disponibilidade orçamentária em casos excepcionais, visto que este curso, na modalidade a distância, caracteriza-se como oferta esporádica para atendimento de estratégias de formação técnica e tecnológica conforme Programa específico.

6.3.3 Forma de Emissão de Resultados

Com base nos critérios estabelecidos para cada atividade prevista, tanto no AVA quanto presencialmente, serão emitidos os resultados por componente curricular por conceito, conforme Resolução IFPR nº 50/2017, sendo:

QUADRO - CONCEITO E DESCRIÇÃO

CONCEITO	DESCRIÇÃO
A	Quando a aprendizagem do estudante for PLENA e atingir os objetivos, conforme critérios propostos.
B	Quando a aprendizagem do estudante for PARCIALMENTE PLENA e atingir parcialmente os objetivos, conforme critérios propostos.
C	Quando a aprendizagem do estudante for SUFICIENTE e atingir níveis aceitáveis aos objetivos propostos, porém sem comprometimento à continuidade do trabalho no componente curricular ou área de conhecimento.
D	Quando a aprendizagem do estudante for INSUFICIENTE e não atingir os objetivos, conforme critérios propostos.

Fonte: Resolução IFPR nº 50/2017 - Elaborado pela Cec

O conceito será disponibilizado nos sistemas AVA e SIGAA.

O sistema SIGAA permitirá a emissão de boletim para o estudante. O mesmo pode, a todo tempo, acompanhar seu rendimento e questionar, caso não compreenda o conceito atribuído.

Importante destacar que, ao final de cada módulo, devido aos Conselhos de Classe, o estudante terá prazo para recorrer, caso tenha dúvidas do conceito atribuído.

6.3.4 Condições de Aprovação

Considerando o disposto na Resolução IFPR nº 50/2017, Art. 16, o estudante será aprovado com a obtenção do conceito A, B ou C, no componente curricular, e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária total do período letivo, ou seja, em cada módulo.

6.3.5 Progressão Parcial

Conforme o Artigo 81, da Resolução IFPR nº 54/2011, o(a) estudante que reprovar em até 3 (três) componentes curriculares do período letivo poderá realizar a progressão parcial de estudos. Tal situação é regulamentada pela Resolução IFPR nº 50/2017, que trata da Avaliação, e, no seu Artigo 20, coloca a possibilidade da matrícula dos componentes curriculares do próximo período letivo, para os(as) estudantes que reprovarem.

A oferta deste curso foi organizado em módulos com 3 componentes curriculares, assim o estudante que reprovar em qualquer quantitativo poderá progredir mediante sua inscrição no Programa de Reoferta Especial de Componentes Curriculares. Esta informação será comunicada para o estudante no início do curso.

Considerando as especificidades da educação a distância, os financiamentos relacionados à oferta e que este curso se constitui como uma oferta esporádica, o(a) estudante terá oportunidades, dentro do prazo da oferta do curso, para realizar novamente o componente curricular. Isto será feito por meio do Programa de Reoferta Especial de Componentes Curriculares (PRECC), sobre o qual o discente será comunicado antecipadamente.

6.3.6 Certificação de Conhecimentos

De acordo com a LDB nº 9394/1996 e a Resolução CNE/CEB nº 06/2012, o conhecimento adquirido na educação profissional e tecnológica, inclusive no trabalho, bem como em estudos não formais, poderão ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos.

Entende-se por certificação de conhecimentos anteriores, a dispensa de cursar o Componente Curricular do curso do IFPR em que o estudante comprove excepcional domínio de conhecimento através da aprovação em avaliação realizada sob a responsabilidade de Comissão composta por professores da área de conhecimento correspondente.

Os estudantes na modalidade a distância, vinculados aos Campi, deverão solicitar, via requerimento, a certificação de conhecimentos ao Coordenador do NUTEAD, a fim de que o mesmo encaminhe à Secretaria Acadêmica do Campus. Os estudantes vinculados diretamente à Diretoria de Educação a Distância (parceiros diretos) deverão solicitar, via requerimento, ao Controle Acadêmico da Diretoria de Educação a Distância. O Controle Acadêmico encaminhará a solicitação à Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais da Diretoria de Educação a Distância que providenciará, junto à Direção Geral, a composição de Comissão para análise e parecer, por meio de Portaria. Será aceita a solicitação apenas do estudante que estiver matriculado no componente ou ainda não o tenha cursado.

A avaliação será composta de uma prova e uma entrevista. A Comissão designada será responsável por elaborar tanto o instrumento de avaliação quanto às questões para a entrevista, observando:

a) Prova (preferencialmente discursiva): tem como objetivo avaliar o conhecimento do estudante tendo como critérios o conhecimento técnico, os elementos teóricos referentes ao componente curricular, a objetividade e a clareza na escrita.

b) Entrevista: o objetivo da entrevista é verificar as experiências relacionadas com o componente curricular. Desse modo, os critérios serão a clareza e a

objetividade nas respostas às questões técnicas/teóricas. O registro deverá ser gravado.

Os procedimentos de avaliação deverão ser comunicados, antecipadamente, ao estudante. Finalizada a avaliação, a Comissão encaminhará ao Controle Acadêmico, através de processo individual, os componentes curriculares aproveitados com os respectivos conceitos avaliativos, acompanhados de atas e/ou relatórios das avaliações assinados pelos membros.

6.3.7 Aproveitamento de Estudos

Este procedimento compreende o processo de aproveitamento de componentes curriculares cursados com êxito em outro curso de educação profissional técnica de nível médio. Será aceita solicitação apenas do estudante que estiver matriculado no componente ou ainda não tê-lo cursado. Os procedimentos, com base na 54/2011 (e alterada pela Resolução 01/2017) são:

a) A solicitação deverá ser realizada pelo estudante para o(a) professor(a) mediador(a) presencial de polo via requerimento próprio, acompanhado de histórico escolar completo e atualizado da instituição de origem, da ementa e programa do componente curricular vistos pela Instituição de ensino credenciada pelo MEC. O professor encaminha o requerimento para o Coordenador do NUTEAD que irá realizar os procedimentos junto a Secretaria Acadêmica dos Campi.

b) Os estudantes vinculados diretamente com a Diretoria de Educação a Distância (os parceiros diretos) deverão realizar a solicitação ao Controle Acadêmico da Diretoria de Educação a Distância, via requerimento próprio, acompanhado de histórico escolar completo e atualizado da instituição de origem, da ementa e programa do componente curricular vistos pela Instituição de ensino credenciada pelo MEC. O Controle Acadêmico que deverá encaminhar a solicitação à Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais que providenciará junto à Direção Geral

a designação de Comissão para análise e parecer conforme os procedimentos da Resolução IFPR 54/2011 e alterações.

A Comissão deverá seguir os seguintes critérios para o Aproveitamento de estudos anteriores: verificar a correspondência entre as ementas, os programas e a carga horária cursados na outra instituição e as do Curso Técnico de que trata este Projeto Pedagógico. A carga horária cursada não deverá ser inferior a 75% (setenta e cinco por cento) do indicado nos componentes curriculares presentes neste Projeto Pedagógico.

Além da correspondência entre os componentes curriculares, a Comissão poderá realizar uma avaliação teórica sobre os conhecimentos a serem aproveitados. A referida avaliação terá como objetivo avaliar o conhecimento do estudante tendo como critérios: conhecimento técnico, elementos teóricos referentes ao componente curricular, objetividade e clareza na escrita.

A Comissão poderá conceder o Aproveitamento de estudos mediante plano de adaptação curricular, se avaliar a necessidade.

6.4 Práticas

6.4.1 Práticas Previstas em Sala de Aula

O Curso prevê metodologias diversificadas nas aulas presenciais, buscando integrar a teoria com a prática, relacionando com as vivências e saberes dos(as) nossos(as) estudantes.

As atividades online terão como foco estudos de casos, questões pertinentes às práticas dos técnicos, simulações, além das demais atividades avaliativas previstas (individuais e coletivas). Nas aulas presenciais, serão realizadas atividades em grupo diversificadas, tais como: debates, resoluções de problemas, projetos, entre outros.

6.4.2 Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho: Componente Curricular de integração entre Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação

O Curso Técnico em Vendas, subsequente, na modalidade a distância, é caracterizado como uma oferta esporádica, com a parceria dos Campi do IFPR. Os Campi, juntamente com seus professores(as) envolvidos com o curso, desenvolverão ações que envolvam a pesquisa, extensão e inovação, com base nos componentes curriculares propostos e problemáticas locais.

Este Projeto Pedagógico, considerando as especificidades da modalidade e das diversas realidades regionais, apresenta, como integrador das ações de ensino, pesquisa, extensão e inovação o componente curricular Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho (PIMT). O PIMT será organizado em cada polo, buscando integrar questões teóricas e práticas.

Para subsidiar teoricamente o PIMT, será ofertado o componente curricular denominado Orientações para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho, que constituirá uma importante base teórica para observar as realidades locais e planejar intervenções dentro da área do Curso.

Consideramos que o projeto proposto tem um caráter de Inovação, pois busca a redução das desigualdades regionais, por meio de ações in loco com os estudantes, bem como trabalha com a promoção da cooperação e interação entre o público e privado, princípios presentes na Lei nº 13.243/2016.

A Pesquisa tem um grande valor neste processo, pois será o ponto de partida para conhecer as realidades locais. Assim, juntamente com os(as) professores(as) mediadores(as) serão realizados levantamentos das realidades locais.

A Extensão complementa o trabalho desenvolvido no curso, mais especificamente no PIMT, pois será o promotor da interação dialógica entre o ensino e a sociedade, neste caso a comunidade externa local.

Assim, o Curso Técnico em Vendas terá, para além do ensino, ações de conhecimento e intervenções com a realidade local, propondo soluções para problemáticas relacionadas ao curso. O maior e menor impacto, dependerá das

ações dos professores(as) mediadores(as) e da equipe dos campi envolvidos na oferta.

6.5 CONTEÚDOS OBRIGATÓRIOS

Os conteúdos previstos no inciso VI, Artigo 14 da Resolução CNE/CEB nº 06/2012 (fundamentos de empreendedorismo, cooperativismo, tecnologia da informação, legislação trabalhista, ética profissional, gestão ambiental, segurança do trabalho, gestão da inovação e iniciação científica, gestão de pessoas e gestão da qualidade social e ambiental do trabalho), bem como os previsto no Artigo 26-A¹ da LDB nº 9.394 de 1996 (estudo da história e cultura afro-brasileira e indígena), serão contemplados no ementário dos componentes curriculares, principalmente dos componentes Curriculares Orientação para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho, Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho, Empreendedorismo, Gestão de Pessoas e Equipes, Informática Aplicada, Direito do Consumidor e Gestão de Pessoas e Equipes.

Os professores serão orientados a promover atividades que busquem contemplar estas questões em estudos de caso, pesquisas, fóruns e outras ações a serem realizadas.

6.6 COMPONENTES CURRICULARES OBRIGATÓRIOS

Estão previstos 21 (vinte e um) componentes curriculares obrigatórios para o Curso Técnico em Vendas e mais o Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho. Estes componentes curriculares foram propostos com base no perfil e objetivos do curso, conforme Catálogo Nacional de Cursos Técnicos e Código Brasileiro de Ocupações.

¹ A Lei nº 11.645, de 10 de março de 2008, altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei no 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena".

6.6.1 Cinema Nacional (Lei nº 13.006/2014)

Compreendemos o cinema como um “espaço produtor de sentidos que envolvem múltiplas subjetividades” (GABRIEL, 2013, p. 25). Os filmes expandem nosso conhecimento sobre o mundo, culturas, tempos históricos, espaços. O Cinema “permite antagonizar, provocar deslocamentos desconstruindo posições dicotômicas características no contexto discursivo que é próprio do espaço/tempo escolar” (GABRIEL, 2013, p. 18).

A proposta é realizar um processo de educação do olhar, formando uma plateia sensível e crítica aos elementos estéticos e políticos presentes nos textos audiovisuais, articulando análises com elementos da realidade socioeconômica dos estudantes.

Serão realizadas ações mensais orientadas à divulgação, à sensibilização e à reflexão de filmes brasileiros nos polos. Considerando as especificidades da EaD, os(as) professores(as) mediadores(as) organizarão momentos para a projeção dos filmes, após a exibição os estudantes deverão realizar uma reflexão no Ambiente Virtual de Aprendizagem, em um fórum específico. O(a) Professor(a) Mediador(a) irá acompanhar, motivar e interagir com os(as) estudantes.

A Exibição de filmes Nacionais consta na matriz, sendo assim é um componente obrigatório que os(as) estudantes deverão realizar.

6.7 RAZÕES E OBJETIVOS PEDAGÓGICOS PARA O/S TURNO/S E HORÁRIOS DO CURSO

O(a) estudante irá comparecer, no polo, uma vez por semana, para as aulas presenciais, que poderão ocorrer de acordo com as realidades de cada polo, no período matutino das 09:00h às 12:00h, ou vespertino das 14:00h às 17:00h ou noturno das 19:00 às 22:00. O horário atende à demanda dos nossos estudantes, visto o perfil dos mesmos e das realidades locais. A demais ações do curso serão realizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem, com atendimento virtual pelo(a) Professor(a) mediador(a) presencial. Também serão realizadas atividades vinculadas

ao Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho, em momentos cujos horários serão acordados entre os estudantes.

Destacamos que a modalidade a distância proporciona uma grande flexibilidade para o(a) estudante organizar seus momentos de estudos semanais.

6.8 DURAÇÃO DA HORA-AULA: 60 minutos

6.9 CRITÉRIOS PARA ISONOMIA NA OFERTA DOS COMPONENTES CURRICULARES

O Curso Técnico em Vendas será ofertado na modalidade a distância e, conforme organização pedagógica, será realizada uma aula presencial semanal para cada um dos três componentes curriculares previstos em cada módulo em curso. A preparação das aulas será realizada pelos professores(as) responsáveis por cada componente curricular, buscando articular, de forma integradora, os conteúdos entre eles e propondo metodologias que permitam a participação e interação entre os(as) estudantes e entre estes e os professores mediadores presenciais.

6.10 TEMAS TRANSVERSAIS

Para fins de cumprimento da missão IFPR, visando à oferta de uma educação de qualidade, com foco na formação de cidadãos comprometidos com a sustentabilidade, com a visão sistêmica, com a inclusão social, com respeito à diversidade humana, cultural e características regionais, o curso seguirá os princípios norteadores da Educação Profissional, com base na Resolução CNE/CEB nº 6/2012, e temáticas com tratamentos transversais, com base em legislações específicas, conforme Resolução CNE/CEB nº 02/2012.

A partir destes pressupostos, o Curso Técnico em Vendas trabalhará com tais temáticas obrigatórias, de forma interdisciplinar, que deverão permear as práticas educativas, proporcionando uma formação ampliada aos estudantes. Segue a relação das temáticas e as referidas legislações:

- Valorização dos idosos (Lei 10.741/2003, Art. 22): reflexões sobre o processo de envelhecimento, respeito e valorização dos idosos.

- Prevenção de todas as formas de violência contra crianças e adolescentes (Lei nº 13.010/2014): a infância e a adolescência são fases da vida de maior vulnerabilidade, é preciso que a temática da violência seja ponto de reflexão dos nossos estudantes durante o percurso formativo.
- Educação Ambiental (Lei nº 9795/1999; Parecer CNE/CP nº 14/2012): reflexões sobre a conservação do meio ambiente, o uso comum dos povos e sustentabilidade.
- Educação para o trânsito (Lei nº 9.503/1997, Art. 76).
- Educação Alimentar e Nutricional (Lei nº 11.947/2009, Art. 2): a importância do desenvolvimento de práticas saudáveis de vida, assim como a importância da alimentação saudável.
- Educação em Direitos Humanos - EDH (Resolução CNE/CP nº1/2012; Decreto nº 7.037/2009, Art. 2, Eixo Orientador V; Parecer CNE/CP nº 8/2012): a temática busca a construção de uma sociedade que valorize e proporcione condições para a garantia da dignidade humana, onde cidadãos e cidadãs se reconheçam como sujeitos de direito. São princípios da EDH: dignidade humana, igualdade de direitos, reconhecimento e valorização das diferenças e das diversidades, laicidade do Estado, democracia na educação: transversalidade, vivência e globalidade e sustentabilidade socioambiental.

Considerando que o curso é realizado na modalidade a distância, além do trabalho interdisciplinar, as temáticas serão abordadas na atividade denominada **Fórum Cidadão (Atividade realizada no Ambiente Virtual de Aprendizagem)**, onde o estudante será motivado a apresentar suas opiniões sobre os temas, com base nas informações sistematizadas e disponibilizadas. O Fórum cidadão faz parte da carga horária de cada componente curricular, assim para cada módulo serão realizados 3 fóruns (um para cada componente).

O Fórum cidadão será aberto no início de cada módulo, sendo um fórum para cada componente curricular, com base na temática escolhida. O estudante terá disponível materiais diversos (artigos, relatos, vídeos, legislações, entre outros) sobre

o tema. A interação entre os estudantes e professores será essencial para este trabalho. Os(as) professores(as) mediadores(as) presenciais, serão importantes motivadores(as), buscando a participação dos(as) estudantes.

Está é a estrutura mínima para o trabalho com os temas transversais, fica a cargo de cada Polo organizar outras formas para enriquecer este trabalho, como a exibição de filmes, ciclo de palestras, projetos, etc.

QUADRO TEMAS TRANSVERSAIS - FÓRUM CIDADÃO (FC)

Temas transversais	Ações e carga horária							Carga horária total
	Módulo 1	Módulo 2	Módulo 3	Módulo 4	Módulo 5	Módulo 6	Módulo 7	
Prevenção de todas as formas de violência contra a criança e o adolescente					9 hrs FC			9 hrs
Segurança no Trânsito						9 hrs FC		9 hrs
Educação Ambiental			9 hrs FC					9 hrs
Processo de envelhecimento, respeito e valorização do idoso	9 hrs FC							9 hrs
Educação em Direitos Humanos		9 hrs FC					9 hrs FC	18 hrs
Educação Alimentar e Nutricional				9 hrs FC				9 hrs
Carga horária total	9 hrs	9 hrs	9 hrs	9 hrs	9 hrs	9 hrs	9 hrs	63 hrs

Elaboração: Comissão de Estruturação de Curso

6.11 MATRIZ CURRICULAR

Módulo	Componente Curricular	Hora-Aula (60 min)	Hora-Relógio
Módulo 1	Tecnologias e Ambientes Virtuais de Aprendizagem	42	42
	Orientação para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho	42	42
	Comunicação e Linguagem	42	42
	Total de Horas Módulo 1	126	126
Módulo 2	Comunicação para Vendas	42	42
	Fundamentos de Marketing	42	42
	Administração de Vendas	42	42
	Total de horas Módulo 2	126	126
Módulo 3	Comportamento do Consumidor I	42	42
	Promoção, Eventos e <i>Merchandising</i>	42	42
	Direito do Consumidor	42	42
	Total de horas Módulo 3	126	126
Módulo 4	Comportamento do Consumidor II	42	42
	Noções de <i>e-Commerce</i>	42	42
	Técnicas de Vendas	42	42
	Total de horas Módulo 4	126	126
Módulo 5	Matemática Financeira	42	42
	Gestão de Pessoas e Equipes	42	42
	Empreendedorismo	42	42
	Total de horas Módulo 5	126	126
Módulo 6	Comunicação Visual e Vitrinismo	42	42
	Canais de distribuição e Logística	42	42
	Informática Aplicada	42	42
	Total de horas Módulo 6	126	126
Módulo 7	Marketing de Atacado e Varejo	42	42
	Formação de preços	42	42
	Estratégias de Negociação	42	42
	Total de horas Módulo 7	126	126
Exibição de filmes nacionais		----	22
Projeto de Inovação no mundo do Trabalho		----	56
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO		---	960

6.12 QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO DA HORA-RELÓGIO - PRESENCIAL E A DISTÂNCIA

Módulo	Componente Curricular	Hora-Relógio	Distância	Presencial
Módulo 1	Tecnologias e Ambientes Virtuais de Aprendizagem	42	34	8
	Orientação para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho	42	34	8
	Comunicação e Linguagem	42	34	8
	Total de Horas Módulo 1	126	102	24
Módulo 2	Comunicação para Vendas	42	34	8
	Fundamentos de Marketing	42	34	8
	Administração de Vendas	42	34	8
	Total de horas Módulo 2	126	102	24
Módulo 3	Comportamento do Consumidor I	42	34	8
	Promoção, Eventos e <i>Merchandising</i>	42	34	8
	Direito do Consumidor	42	34	8
	Total de horas Módulo 3	126	102	24
Módulo 4	Comportamento do Consumidor II	42	34	8
	Noções de <i>e-Commerce</i>	42	34	8
	Técnicas de Vendas	42	34	8
	Total de horas Módulo 4	126	102	24
Módulo 5	Matemática Financeira	42	34	8
	Gestão de Pessoas e Equipes	42	34	8
	Empreendedorismo	42	34	8
	Total de horas Módulo 5	126	102	24
Módulo 6	Comunicação Visual e Vitrinismo	42	34	8
	Canais de distribuição e Logística	42	34	8
	Informática Aplicada	42	34	8
	Total de horas Módulo 6	126	102	24
Módulo 7	Marketing de Atacado e Varejo	42	34	8
	Formação de preços	42	34	8
	Estratégias de Negociação	42	34	8
	Total de horas Módulo 7	126	102	24
Projeto de Inovação no mundo do Trabalho		56	0	56
Exibição Filmes Nacionais		22	0	22
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO		960	714	246
Percentual da Carga horária		100%	74%	26%

6.13 EMENTAS DOS COMPONENTES CURRICULARES

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Tecnologias e Ambientes Virtuais de Aprendizagem	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 1
<p>Ementa:</p> <p>Características da Educação a Distância e seu histórico. As tecnologias digitais e sua contribuição para a educação a distância. Modalidade Presencial <i>versus</i> Modalidade a Distância. O (a) Estudante na EaD. O Ambiente Virtual de Aprendizagem como sala de aula. As ferramentas do <i>Moodle</i>. Elementos e atividades na plataforma <i>Moodle</i>. As mídias e a interação <i>on-line</i> na educação a distância. Plataformas abertas de conhecimento: Repositórios de Recursos Educacionais Abertos, <i>Mooc</i>, <i>blogs</i>, redes sociais, buscadores.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>ALMEIDA, M. E. B. de; DIAS, P.; SILVA, B. D. da. (Orgs.) Cenários de inovação para a sociedade digital. São Paulo: Edições Loyola, 2013.</p> <p>BEHAR, P. A. (Org.). Modelos pedagógicos em educação a distância. Porto Alegre: Artmed, 2009.</p> <p>COLL, C. MONEREO, C. (org.). Psicologia da Educação Virtual. Aprender e Ensinar com as Tecnologias da Informação e Comunicação. Porto Alegre: Artmed, 2010.</p> <p>KENSKI, V. M. Educação e Tecnologias: o novo ritmo da informação. Campinas, SP: Papirus, 2012a.</p> <p>_____. Tecnologias e ensino presencial e a distância. 9 ed. Campinas, SP: Papirus, 2012b.</p> <p>LITTO, F. M.; FORMIGA, M. M. M. (Org.). Educação a distância: o estado da arte. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>AREU, G. I. P.; FOFONCA, E. (Orgs.) Integração de Tecnologias e da Cultura Digital na Educação: múltiplos olhares. Curitiba: CRV, 2014.</p> <p>BEHAR, P. A. (Org.). Competências em educação a distância. Porto Alegre: Penso, 2013.</p> <p>BRITO, G. da S.; PURIFICAÇÃO, I. da. Educação e Novas Tecnologias - um Re-pensar. Curitiba: Ibpex, 2008.</p> <p>LEMOS, A. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2009.</p> <p>SANTAELLA, L. Comunicação ubíqua. Repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.</p> <p>SANTOS, E. O., WEBER, A. A. Educação Online em tempos de mobilidade a aprendizagem ubíqua: desafios para as práticas pedagógicas na cibercultura. http://www.seer.ufs.br/index.php/edapeci/article/view/1597/PDF, 2015.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Orientação para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 1
<p>Ementa:</p> <p>Relação entre Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação. A Lei nº 10.973/2004. Iniciação à pesquisa científica. Fontes confiáveis de referências. Ética em pesquisas e projetos. O processo de planejamento e elaboração de projetos. Tipos de projetos. Etapas na formulação e execução de projetos. Construção de cenários na elaboração de projetos. Análise da viabilidade de projetos. Delimitação de responsabilidade e deveres na execução de projetos. Técnicas e métodos de elaboração de projetos.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>AZEVEDO, C.B. Metodologia Científica ao acesso de todos. 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2013.</p> <p>BRASIL. Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências.</p> <p>MENDES, J. R. B.; VALLE, A. B. do; FABRA, M. A. Gerenciamento de projetos. 2ª Ed. Rio de Janeiro: FGV, 2014.</p> <p>MENEZES, L. C. de M. Gestão de Projetos. 3ªed. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>VIANA, V. R. Gerenciamento de Projetos: estabelecendo diferenciais competitivos. 7ª ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2009.</p> <p>VIANA, V. R. Manual Prático do Plano de Projeto: utilizando o PMBOK®. 5ª ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2014.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>GIDO, J.; CLEMENTS, P. J. Gestão de Projetos. 2ª ed. - Tradução da 5ª Ed. Norte-Americana, Cengage Learning, 2014.</p> <p>LUCK, H. Metodologia de projetos: uma ferramenta de planejamento e gestão. Petrópolis: Vozes, 2003.</p> <p>NOCÊRA, R. de J. Gerenciamento de Projetos: teoria e prática. RJN, Rio de Janeiro, 2009.</p> <p>VALLE, A. B. Do; SOARES, C. A. P.; FINOCCHIO, J. J.; SILVA, L. de S. F. Fundamentos do Gerenciamento de Projetos. 2ª Ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010.</p> <p>XAVIER, C. M. da S; VIVACQUA, F. R.; MACEDO, O. S.; XAVIER, L. F. da S. Metodologia de Gerenciamento de Projetos - Methodoware. 3ª ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2014.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Comunicação e Linguagem	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 1
<p>Ementa: Elementos do processo comunicativo e do processo interlocutório. Estudo da linguagem verbal e não-verbal. Particularidades da linguagem falada e da linguagem escrita. A Língua e suas variedades linguísticas. A estrutura da língua: tipos de gramáticas e abordagens. Funções da linguagem. O texto e os elementos que o compõe: frase, oração, período, paragrafação e pontuação. Articuladores textuais: as relações e produção de sentido. O texto, o contexto e a textualidade. Coesão e coerência textual. Análise e interpretação do texto. Elementos da compreensão textual. Linguagens e Tecnologias. Multiletramentos e novos letramentos sociais no mundo do trabalho.</p>	
<p>Bibliografia Básica: GUIMARÃES, T.C. Comunicação e Linguagem. São Paulo: Pearson, 2012. NEVES, M. H. de M. Gramática na Escola. 8. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2010. PERINI, M. A. Gramática do português brasileiro. São Paulo: Parábola, 2010. PIMENTEL, E. Intelecção e interpretação de textos. 24. ed. Brasília: Vestcon, 2009. SOLÉ, I. Estratégias de leitura. 6.ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.</p>	
<p>Bibliografia Complementar: ANTUNES, I. Aula de português: encontro e interação. 8. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2009. BRASIL. Manual de redação da Presidência da República. MENDES, G. F.; FOSTER JÚNIOR, N. J. 2. ed. revisada e atualizada. Brasília, 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/manual/manual.htm>. Acesso em: 11 dez. 2017. FOFONCA, E. Comunicação e Educação: conexões em tempos de sociabilidade e convergência digital. Curitiba: CRV, 2012. ROJO, R.; MOURA, E. (orgs.). Letramentos múltiplos, escola e inclusão social. São Paulo: Parábola Editorial, 2009. KOCH, I. V. O texto e a construção de sentidos. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2007.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Comunicação para Vendas	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 2
<p>Ementa:</p> <p>Argumentação: Retórica, Lógica e Dialética. Ética na comunicação para vendas. Análise e Interpretação de produtos e mercados. Tipos de discursos aplicados a diferentes clientelas. Elaboração e fundamentação de discursos e argumentos para expressividade clara e persuasiva. Técnicas de respiração e entonação da voz. Desinibição e postura. Linguagem Corporal. Teoria das Emoções, neuromarketing na comunicação. Marketing pessoal, Imagem pessoal: comunicação, aparência, visibilidade. Administração do tempo e comportamento do vendedor. integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>MALHOTRA, N.K. A Pesquisa de Marketing: foco na decisão. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.</p> <p>MIRANDA, R. Expressividade - Você e sua imagem - como se comunicar corretamente e deixar a sua marca. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>OGDEN, J.R. CRESCITELLI, E. Comunicação Integrada de Marketing: conceitos, técnicas e práticas. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</p> <p>POLITO, R. Como falar corretamente e sem inibições. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>WEIL, P; TOMPAKON, R. O corpo fala: a linguagem da comunicação não verbal. 74 ed. Petrópolis: Vozes, 2015.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>CORRÊA, Roberto. Comunicação integrada de marketing: uma visão global. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>HARANTES, H. A. et. al. Os degraus da produção textual. Rio de Janeiro: EDUSC, 2003.</p> <p>PERISSE, G. M. A arte da Palavra. São Paulo: Manole, 2002.</p> <p>POST, P.; POST, P. Manual Completo de Etiqueta nos Negócios: a vantagem do comportamento certo para o sucesso profissional. Rio de Janeiro: Campus, 2003.</p> <p>RIBEIRO, C. Boas maneiras & sucesso nos negócios: um guia prático de etiqueta para executivos. 20.ed. Porto Alegre: L&PM, 2002.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Fundamentos de Marketing	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 2
<p>Ementa: Fundamentos de marketing. Pesquisa mercadológica. Marketing de serviços/produtos. Plano de marketing. Segmentação e posicionamento de produtos e serviços. Concepções de Inteligência Competitiva/Inteligência de Mercado. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>AMBROSIO, V. Planos de Marketing: passo a passo. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</p> <p>COBRA, M. Administração de marketing no Brasil. Editora Campus, 2008.</p> <p>KOTLER, P. Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.</p> <p>REICHELDT, V. Fundamentos de Marketing. Curitiba: InterSaberes, 2013.</p> <p>SAMPAIO, R.; MAGALHAES, M. F. Planejamento de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall Brasil, 2007.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>AKER, M. Administração de Marketing. 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.</p> <p>KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de Marketing: a bíblia do marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2006.</p> <p>_____; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2007.</p> <p>NEVES, M. F. Planejamento e Gestão Estratégica de Marketing. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>SAMPAIO, R.; MAGALHAES, M. F. Planejamento de Marketing. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2007.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Administração de Vendas	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 2
<p>Ementa:</p> <p>Marketing e vendas. Organização de vendas. Determinação de quotas e potencial de vendas. Planejamento de vendas. Gestão da carteira de clientes. Vendas e distribuição. Controle de vendas. Concepções de vendas consultivas. <i>Customer Relationship Management</i>. Responsabilidade do vendedor no pós-venda. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>COBRA, M. Administração de marketing no Brasil. Editora Campus, 2008.</p> <p>HILLMANN, R. Administração de Vendas: varejo e serviços. Curitiba: InterSaberes, 2013.</p> <p>_____. Administração de Vendas. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>LAS CASAS; A. L. Administração de Vendas. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>COBRA, M.; TEJON, J. L. Gestão de Vendas: os 21 segredos do sucesso. Editora Saraiva, 2007.</p> <p>MICHAELSON, G. A. S. T. Estratégias de Vendas. Editora Makron Books, 2005.</p> <p>SZULCSEWSKI, C. J.; MEGIDO, J. L. T. Administração Estratégica de Vendas e Canais de Distribuição. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>TEIXEIRA, E. A.; TOMANINI, C.; MEINBERG, J. L.; PEIXOTO, L. C. Gestão de Vendas. Editora FGV, 2004.</p> <p>THULL, J. Gestão de Vendas Complexas. Editora Saraiva, 2007.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Comportamento do Consumidor I	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 3
<p>Ementa:</p> <p>Mercados Consumidores e comportamento do consumidor. Fatores influenciadores: culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Fatores racionais e emocionais decisórios para compra de produtos e serviços. Observação do Cliente. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional relacionadas com o comportamento do consumidor.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>HAWKINS, D.I., MOTHERSBAUGH, D.L.; BEST, R. J. Comportamento do consumidor. Tradução da 10. ed.. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.</p> <p>KARSAKLIAN, E. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>MITTAL, B.; NEWMAN, B. I.; SHETH, J. N. Comportamento do consumidor: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>SCHIFFMAN, L. G., KANUK, L. Comportamento do consumidor. 9. ed.. Rio de Janeiro: LTC, 2009.</p> <p>SOLOMON, M.I R. O comportamento do consumidor. Bookmann, 2008.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>BLACKWELL, R.; MINIARD, P.; ENEGEL, J. Comportamento do consumidor. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.</p> <p>GIGLIO, E. M. O comportamento do consumidor. 3.ed. Cengage Learning, 2005.</p> <p>LAKE, L. A. Comportamento do consumidor para leigos. Alta Books, 2009.</p> <p>LIMEIRA, T. M. V. Comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>PETER, J. P. Comportamento do consumidor e estratégia de marketing. Mcgraw Hill, 2009.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Promoção, Eventos e Merchandising	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 3
<p>Ementa:</p> <p>Comunicação mercadológica. Relacionamento da organização com seus públicos de interesse (<i>stakeholders</i>). Meios de Comunicação. Promoção e Propaganda: estratégias de comunicação publicitária. Fatores legais e éticos ligados à comunicação. Realização e avaliação de eventos promocionais. Noções de <i>Merchandising</i>. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>BLESSA, R. Merchandising no ponto de venda. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>DIAS, S. R. (Coord.). Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>PINHEIRO, E. P.; GULLO, J. A. Comunicação integrada de marketing. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>SACKRIDER, F. Entre vitrinas: distribuição e visual merchandising na moda. São Paulo: SENAC, 2009.</p> <p>SILVA, A. C. Branding e design: identidade no varejo. Rio de Janeiro: Books, 2002.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>BLESSA, R. Merchandising no ponto de venda. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>CORRÊA, R. Comunicação integrada de marketing: uma visão global. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>DEMETRESCO, S. Vitrine: construção de encenações. São Paulo: SENAC, 2007.</p> <p>GOLEMAN, D. Marketing. São Paulo: Elsevier, 2008.</p> <p>MARIN, D. Design de vitrinas. São Paulo: Monsa, 2005.</p> <p>ZENONE, L. C.; BUAIRIDE, A. M. R. Marketing da Promoção e Merchandising. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Direito do Consumidor	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 3
<p>Ementa:</p> <p>Direito do consumidor à informação. Aplicabilidade das previsões do código de defesa do consumidor ao profissional de vendas. Princípios fundamentais das relações de consumo. A relação de consumo: consumidor, fornecedor, produto e serviço. Direitos básicos do consumidor. Responsabilidades civil e penal do fornecedor nas relações de consumo. Práticas comerciais. Oferta. Publicidade. Práticas Abusivas. Aspectos fundamentais da proteção contratual. Contratos de adesão. Cláusulas abusivas. Sanções administrativas. Defesa do consumidor em juízo - aspectos individuais e coletivos. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>ALMEIDA, J. B. Manual de direito do consumidor. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>BITTAR, C. A. Direitos do consumidor: código de defesa do consumidor. 6. ed. São Paulo: Forense Universitária, 2003.</p> <p>CAVALIERI FILHO, S. Programa de direito do consumidor. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>FILOMENO, J. G. B. Manual de direitos do consumidor. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>NUNES, R. Curso de direito do consumidor. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>GIACOMINI FILHO, G. Consumidor versus Propaganda. São Paulo: Summus, 2008.</p> <p>GOVATTO, A. C. M. Propaganda responsável. São Paulo: Senac, 2007.</p> <p>KHOURI, P. R. R. A. Direito do consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>MARQUES, C. L. Contratos no código de defesa do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.</p> <p>NUNES, R. Comentários ao código de defesa do consumidor. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Comportamento do Consumidor II	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 4
<p>Ementa:</p> <p>Estratégias e alternativas de venda para diferentes perfis de consumidores. Neuromarketing. Comportamento do consumidor na pós-compra. Observação de novas tendências do mercado. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>KARSAKLIAN, E. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>LIMEIRA, T. M. V. Comportamento do Consumidor Brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>MITTAL B; NEWMAN, B. I.; SHETH J. N. Comportamento do consumidor: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>SCHIFFMAN L. G.; KANUK L. Comportamento do Consumidor. 9. ed.. Rio de Janeiro: LTC, 2009.</p> <p>SOLOMON, M. R. O comportamento do consumidor. Bookmann, 2008.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>BLACKWELL, R.; MINIARD, P.; ENEGEL, J. Comportamento do consumidor. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.</p> <p>GIGLIO, E. M. O comportamento do consumidor. 3.ed. Cengage Learning, 2005.</p> <p>LAKE , L. A. Comportamento do consumidor para leigos. Alta Books, 2009.</p> <p>PETER, J. P. Comportamento do consumidor e estratégia de marketing. Mcgraw Hill , 2009.</p> <p>HAWKINS, D.I., MOTHERSBAUGH, D.L.; BEST, R. J. Comportamento do consumidor. Tradução da 10. ed.. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Noções de e-Commerce	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 4
<p>Ementa:</p> <p>Economia digital. <i>e-Commerce</i>. Consumidores, mercado e propaganda no comércio eletrônico. Comércio eletrônico <i>business to business; business-to-consumer; consumer to consumer</i>. Plataformas e sistemas para comércio eletrônico. Vendas por <i>chat</i>. <i>Click Call</i>. Sistemas de pagamento eletrônico. Infraestrutura para o comércio eletrônico. Estratégia e implementação. A Internet como uma ferramenta do marketing. Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos. Design e usabilidade na Web. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>ALBERTIN, A. L. Comércio Eletrônico. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>KALAKOTA, R.; ROBINSON, M. E-business: estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital. Porto Alegre: Bookman, 2002.</p> <p>LIMEIRA, T. M. V. E-marketing: o Marketing na Internet com Casos Brasileiros. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>MOREIRA, J.C. (Org.) Marketing business to business: como competir em mercados organizacionais. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2006.</p> <p>VASCONCELLOS, E. E-commerce nas empresas brasileiras. São Paulo: Atlas, 2005.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>CARDOSO, M. S.; GONÇALVES FILHO, C. CRM em ambiente e-business. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>DEITEL, Harvey M.; DEITEL, Paul J.; STEINBUHLER, Kate. E-business e e-commerce para administradores. São Paulo: Makron Books, 2004.</p> <p>KARSAKLIAN, E. Cybermarketing. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>MENEZES, H. Comércio eletrônico para pequenas empresas. São Paulo: Visual Books, 2003.</p> <p>VASCONCELLOS, E. E-Commerce nas Empresas Brasileiras. Editora Atlas, 2005.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Técnicas de Vendas	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 4
<p>Ementa:</p> <p>A administração e processualidade de vendas em diferentes tipos de organizações. Vendas para iniciativas privadas e públicas. Venda pessoal. A importância estratégica das informações em vendas e as técnicas de vendas. Prospecção e apresentação. Telemarketing. Estratégias de persuasão. Produtividade em vendas. Ética em vendas. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>CARVALHO, M. R.; ALVAREZ, F. J. S. M. Gestão Eficaz da Equipe de Vendas. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>LAS CASAS; A. L. Técnicas de Vendas: como vender e obter bons resultados. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>NEVES, M. F.; CASTRO, L. T. Administração de Vendas: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>SZULCSEWSKI, C. J.; MEGIDO, J. L. T. Administração Estratégica de Vendas e Canais de Distribuição. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>TEIXEIRA, E. A.; TOMANINI, C.; MEINBERG, J. L.; PEIXOTO, L. C. Gestão de Vendas. Editora FGV, 2004.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>CONSOLI, M.A.; NEVES, M.F.; CASTRO, L.T. Vendas: Técnicas para Encantar seus Clientes. São Paulo: Bookman, 2007.</p> <p>MEGIDO, J. L. T. et al. Administração Estratégica de Vendas. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>MICHAELSON, G. A.; MICHAELSON, S. A. Sun Tzu - Estratégias de Vendas. São Paulo: Makron Books, 2005.</p> <p>ROCHA, J. V. Fundamentos de Vendas & Varejo. Rio de Janeiro: Rio Sociedade Cultural, 2005.</p> <p>THULL, J. Gestão de Vendas Complexas. Editora Saraiva, 2007.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Matemática Financeira	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 5
<p>Ementa: Operações matemáticas básicas. Porcentagem para cálculo de taxas de juros e descontos. Regra de três. Juros simples. Juros Capitalizados. Sistemas de Amortização Price e SAC. Inflação e correção monetária. Séries uniformes (parcelas de financiamento de valor fixo - progressão geométrica). Séries não homogêneas (parcelas de financiamento de valor variável). Utilização de calculadoras financeiras. Conhecimento e utilização de índices de correção. Fluxo de caixa. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica: BARBOSA, M. A; MEDEIROS, R. J.J. Matemática Financeira. Curitiba: IFPR, 2015. CASTANHEIRA, N.P.; MACEDO, L. R. D. Matemática Financeira. Curitiba: InterSaberes, 2012. GUIMENES, C.M. Matemática Financeira. 2ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2009. LEITE, A.E. ; CASTANHEIRA, N.P. Equações e regras de três. Curitiba: InterSaberes, 2012. SAMANEZ, C. P. Matemática Financeira. 5ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2010.</p>	
<p>Bibliografia Complementar: ASSAF NETO, A. Matemática Financeira e suas Aplicações. 10ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2008. BRUNI, A. L; FAMÁ,R. Matemática Financeira com HP 12C e Excel. São Paulo: Atlas, 2008. _____,FAMÁ, R. Matemática das Finanças. Vol 1. 3ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2008. CASTANHEIRA, N.P. Noções básicas de matemática comercial e financeira. Curitiba: Intersaberes, 2012. FARIA, R. G. Matemática Comercial e Financeira . São Paulo: Makron Books, 2000. GIMENES, C.M. Matemática Financeira com HP 12c e Excel: uma abordagem descomplicada. 1ª. Ed. São Paulo: Pearson, 2006. GOMES, J. M.; MATHIAS, W. F. Matemática Financeira. São Paulo: Atlas, 2009. MATHIAS, W. F.; GOMES, J. M. Matemática Financeira. São Paulo: Atlas, 1995. VERAS, L.L. Matemática Financeira. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2007.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Gestão de Pessoas e Equipes	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 5
<p>Ementa:</p> <p>Formação e desenvolvimento de equipes: concepções, importância, liderança, desempenho e trabalho em equipes. Competências e habilidades para gerir pessoas. Comunicação e relacionamento interpessoal. Relações de Trabalho e Legislação Trabalhista. Qualidade de vida no trabalho. Segurança do Trabalho. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>CHIAVENATO, I. Desempenho humano nas empresas: como desenhar cargos e avaliar o desempenho para alcançar resultados. 7ª ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2016.</p> <p>KANAANE, R. Comportamento Humano nas Organizações: o homem rumo ao século XXI. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>KNAPIK, J. Gestão de pessoas e talentos. Curitiba: InterSaberes, 2012.</p> <p>MARRAS, J. P. Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>WAGNER III, J. A.; HOLLENBECK J. R. Comportamento Organizacional. Criando Vantagem Competitiva. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas. 2.ed. São Paulo: Elsevier, 2004.</p> <p>_____. Recursos Humanos: o capital humano nas organizações. 9.ed. São Paulo: Elsevier, 2009.</p> <p>DUTRA, J. S. Competências e instrumentos para a gestão de pessoas na empresa moderna. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>LE BORTEF, G. Desenvolvendo a competência dos profissionais. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.</p> <p>TACHIZAWA, T. Gestão com pessoas: uma abordagem aplicada às estratégias de negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2008.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Empreendedorismo	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 5
<p>Ementa:</p> <p>Fundamentos do empreendedorismo. Perfil empreendedor. Criatividade e Inovação. Empreendedorismo social. Arranjos produtivos locais. Empreendedorismo Ambiental. Noções de plano de negócios. Linhas de Financiamento para Microcrédito. Uso consciente do crédito. Formalização de negócios. Prospecção de oportunidades. Gestão Ambiental. Cooperativismo. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 7ª ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2012.</p> <p>ALENCASTRO, M.S.C. Ética e Meio Ambiente: construindo as bases para um futuro sustentável. [Livro eletrônico]. Curitiba: Intersaberes, 2015.</p> <p>DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.</p> <p>MANFRÉ, P. T. C. F. Empreendedorismo. Curitiba: IFPR, 2016.</p> <p>MAXIMIANO, A. C. A. Empreendedorismo: bibliografia universitária Pearson. São Paulo: Person Prentice Hall, 2012.</p> <p>SALIM, C. S.; SILVA, N. C. Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>BARON, R. A; SHANE, S. A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2011.</p> <p>BERNARDI, L. A. Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>BESSANT, J.; TIDD, J. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.</p> <p>BIAGIO, L. A.; BATOCCHIO, A. Plano de negócios: estratégia para micro e pequenas empresas. Barueri, SP: Manole, 2005.</p> <p>CECCONELLO, A. R.; AJZENTAL, A. A construção do plano de negócios. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Cengage Learning, 2008.</p> <p>LOZINSKY, S. Implementando empreendedorismo na sua empresa: experiências e ideias para criar uma organização empreendedora. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2010.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Comunicação Visual e Vitrinismo	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 6
<p>Ementa:</p> <p>Princípios fundamentais da comunicação visual do produto. Técnicas de <i>Merchandising</i> Visual e Vitrinismo: objetivos, funções, conceitos. Elementos complementares: iluminação e cromia. Métodos e técnicas de exposição. Programação visual de lojas. "<i>Displayagem</i>": objetivos, funções, conceitos, técnicas para exposição de produtos, materiais, equipamentos. Produção para vitrine: procedimentos básicos, aspectos legais (etiquetagem de preços) e comerciais, <i>free-lancing</i>. Ambiência e Clima da vitrine. Projeto e Montagem. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>ALVES, N. G. Curso Máster de Vitrinismo. Manaus. 1º Ed. Editora Suframa, 2012. (Apostila do Curso de Vitrinismo da Câmara dos Dirigentes Lojistas de Manaus) Disponível em: http://pt.scribd.com/doc/86500917/ApostilaMaster-Vitrinismo-2.</p> <p>DEMETRESCO, S. Vitrina: construção de encenações. 3ª. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007. 264 p.</p> <p>_____. Vitrina: teu nome é sedução. São Paulo: Ed. 1990.</p> <p>LIMA, Tania. Marketing - o glamour dos negócios da moda. S.Paulo: IMMKT, 2008.</p> <p>SILVA, U. F. F. O marketing atuando na vitrine: visual merchandising. Rio de Janeiro. Universidade Candido Mendes, 2010.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>CHAK, A. Como criar sites persuasivos: clique aqui. São Paulo: Person Education do Brasil, 2004.</p> <p>GUSMÃO, L. Vitrinismo - Saiba O Que É Vitrinismo - Técnicas De Vendas. Publicado em: 03/08/2009. Disponível em: http://www.artigonal.com/marketing-epublicidade-artigos/vitrinismo-saiba-o-que-e-vitrinismo-tecnicas-de-vendas-1094352.html.</p> <p>LOPES, C. Layout de espaços e decoração de eventos. Curitiba: IFPR, 2012.</p> <p>PASSOS, H. O. Lojas e Vitrinas: Decoração. Rio de Janeiro: Techoprint, 1979.</p> <p>STRUNK, G. L. T. L. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. 2. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003. 160p.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Canais de Distribuição e Logística	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 6
<p>Ementa:</p> <p>Histórico da evolução logística. Sistema logístico e cadeia de abastecimento. Fluxos logísticos. Logística Reversa. Logística Integrada e suas atividades de apoio à venda. Princípios de compras, produção, armazenagem e distribuição. Canais de distribuição: conceito, estratégias e estruturas. Papel e importância dos elementos participantes dos canais. Sistemas de Informações para Controle de transporte e armazenamento de mercadorias. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>ARBACHE, F. S. Et al. Gestão de logística, distribuição e trade marketing. 3. ed. São Paulo: FGV, 2008.</p> <p>BERTAGLIA, P. R. Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. Administração de materiais e recursos patrimoniais. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>PONTES, H. L. J; ALBERTIN, M. R. A. Logística e distribuição física. Curitiba: InterSaberes, 2017.</p> <p>TELLES, R.; STREHLAU, V. I. Canais de marketing e distribuição: conceitos, estratégias, gestão e modelos de decisão. São Paulo: Saraiva, 2006.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimentos. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>CHING, H. Y. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>FLEURY, P. F.; WANKE, P.; FIGUEIREDO, K. F. (Org.). Logística empresarial: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>ROSENBLOOM, B. Canais de marketing: uma visão gerencial. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>SHIGUNOV NETO, A.; GOMES, R. M. Introdução ao estudo da distribuição física. Curitiba: InterSaberes, 2016.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Informática Aplicada	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 6
<p>Ementa:</p> <p>Modelos de pesquisas de mercado para obter dados e construir uma base de informações sobre ele. Levantamento de informações para construção de sistemas de informação. Técnicas de tratamento e interpretação de informações. Utilização de planilhas eletrônicas. Utilização de editores de texto. Utilização de editores de apresentações. Utilização de ferramentas digitais de design gráfico para elaboração de material informativo e de divulgação. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>BIZELLI, M. H. S. S.; BARROZO, S. Informática Passo a Passo: para terceira idade e iniciantes. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda., 2011</p> <p>LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. Sistemas de informações gerenciais. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</p> <p>O'BRIEN, J. A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da Internet. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>SIMONETTO, E. O.; PRIESNITZ FILHO, W. Informática aplicada. Santa Maria : UFSM, CTISM, Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil, 2012.</p> <p>TURBAN, E.; MCLEAN, E. R.; WETHERBE, J. C. Tecnologia da informação para gestão. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>COSTA, E. A. Livro BrOffice.org: da teoria à prática. São Paulo: Brasport, 2007.</p> <p>MIRANDA, L. F. F.; MATTAR, M. M. Informática Básica. Recife: IFPE, 2014. 220 p.</p> <p>PREPPERNAU, J.; COX, J. Windows Vista: passo a passo. Porto Alegre: Artmed, 2007.</p> <p>SCHECHTER, R. Br.Office.Org CALC e Writer: trabalhe com planilhas e textos em Software Livre. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.</p> <p>STAIR, R. M. Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial. Rio de Janeiro: LTC, 2006.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Marketing de Atacado e Varejo.	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 7
<p>Ementa:</p> <p>Varejo: concepções, tipos e tendências. Sistemas de informações de marketing e pesquisa de mercado: componentes, características e uso. Consumidor de varejo: características e comportamento de compra. Estrutura, planejamento e decisão sobre os produtos. Táticas de marketing de guerrilha. Objetivos e noções de estratégias de marketing de varejo. Localização e canais de distribuição. Atacado: concepções, funções e principais tipos. Estratégias de marketing e vendas de atacado. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>BERNARDINO, E. C.; PACANOWSKI, M.; KHOURI, N. Marketing de Varejo. 3 ed. São Paulo: FGV, 2008.</p> <p>DAUD, M.; RABELLO, W.r; DAUD, M. I. Marketing de varejo: como incrementar resultados com a prestação de serviços. Porto Alegre: Bookman, 2007.</p> <p>GARCIA, J.L. (Org.).Marketing de serviços e de varejo. São Paulo: Person Education do Brasil, 2015.</p> <p>KOTLER, P. AMSTRONG, G. Princípios de marketing. 15^aed. São Paulo: Person Education do Brasil, 2015.</p> <p>LAS CASAS, A. L. Marketing de Varejo. 2^a ed. São Paulo: Atlas, 2000.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>ANGELO C. F.; SILVEIRA, J. A. G. Varejo Competitivo. Vol. 12. 1^a ed. São Paulo: Saint. Paul, 2007.</p> <p>DOIN, E.; SILLAS, E. P. Marketing no varejo. Curitiba: IBPEX, 2007.</p> <p>LAS CASAS, A. L. Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira. 1a. ed. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>NEVES, M. F.; CASTRO, L. T.; CÔNSOLI, M. A. Vendas: técnicas para encantar seus clientes. Porto Alegre: Bookman, 2007.</p> <p>PARENTE, J. Varejo no Brasil: gestão e estratégia. 1^a ed. São Paulo: Atlas, 2000.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Formação de Preços	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 7
<p>Ementa:</p> <p>Conceitos, classificações e nomenclaturas de custos. Métodos de formação de preço (Margem de contribuição, <i>Markup</i>, Rateio de custo, Pesquisa de Preços, Fórmula baseada no lucro, Custo direto e Custo indireto). Custos de mão de obra. Noções de custo, volume e lucro. Diferença entre custos e despesas. Efeitos dos salários, tributos, provisões, encargos sociais e benefícios sobre custos e preços. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>COSTA, R. G.; PEREZ JUNIOR, J. H.; OLIVEIRA, L. M. Gestão estratégica de custos. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>FAMA, R.; BRUNI, A. L. Gestão de custos e formação de preços. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>MEGLIORINI, E. Custos: análise e gestão. 3ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2011.</p> <p>MIRANDA, R. Expressividade: você e sua imagem: como se comunicar corretamente e deixar a sua marca. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>SANTOS, L. F. B. Gestão de custos: ferramentas para a tomada de decisões. Curitiba: InterSaberes, 2013.</p> <p>WESTARB, J. A. et al. Formação de preços: mercado e estrutura de custos. Curitiba: InterSaberes, 2012.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>CREPALDI, S. A. Curso básico de contabilidade de custos. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>COGAN, S. Custos e preços: formação e análise. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.</p> <p>HORNGREM, C. T.; DATAR, S. M.; FOSTER, G. G. Contabilidade de custos. Rio de Janeiro: LTC, 2000.</p> <p>KUHNEN, O. L. Matemática financeira empresarial. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>LEONE, G. S. G. Curso de contabilidade de custos. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>MARTINS, E. Contabilidade de custos. São Paulo: Atlas, 1996 ou superior.</p>	

Diretoria de Educação a Distância do IFPR	
Curso: Técnico em Vendas	Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios
Componente Curricular: Estratégias de Negociação	
Carga Horária (hora aula): 43	Período letivo: Módulo 7
<p>Ementa:</p> <p>Introdução ao estudo de negociações. Negociação como método de resolução de conflitos. A compreensão do conflito. A estrutura da negociação. Barreiras à negociação. Seleção de estratégias, implicações práticas. Desenvolvimento de uma estratégia de negociação. Técnicas de vendas: prospecção, preparação, planejamento, abordagem ao cliente, fechamento, objeções e confirmação. Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>MELLO, J. C. M. F. Negociação Baseada em Estratégia. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>DALLEDONNE, J. Negociação. Rio de Janeiro: LTC, 2009.</p> <p>ERTEL, D.; GORDON, M. Negociação. São Paulo: Makron Books, 2009.</p> <p>LAS CASAS, A. L. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>DEDINI, T. M. Marketing, Vendas e Técnicas de Negociação. Curitiba: IFPR, 2016.</p> <p>STEFANO, N.; ZATTAR, I. C. E-commerce: conceitos, implementação e gestão. Curitiba: InterSaberes, 2016.</p>	
<p>Bibliografia Complementar:</p> <p>PESSOA, C. Negociação Aplicada: como utilizar as táticas e estratégias para transformar conflitos interpessoais em relacionamentos cooperativos. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>COBRA, M. Administração de vendas. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>DUZERT, Y.; LEMPEREUR, A. P.; COLSON, A. Método de negociação. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>OCHMAN, R. Vivendo a negociação. São Paulo: Saraiva, 2009.</p> <p>BUBRIDGE, R. M. et al. Gestão de negociação: como conseguir o que se quer sem ceder o que não se deve. São Paulo: Saraiva, 2007.</p>	

7. INFRAESTRUTURA MÍNIMA REQUERIDA

Para a oferta do Curso Técnico em Vendas, contamos com diversas estruturas para o desenvolvimento das atividades:

7.1 DIRETORIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (CURITIBA):

a) **Prédio I** - primeiro andar, com 3 salas destinadas à Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais, às Coordenações de Cursos e ao Setor de Desenho Educacional. A infraestrutura conta com: computadores, projetores, telefones, banheiros, sala equipada para reuniões e videoconferências, impressoras, televisores, armários e materiais de expediente.

b) **Prédio II** - (térreo e subsolo), com 5 salas destinadas à Direção Geral, à Diretoria de Planejamento e Administração, ao Controle Acadêmico, à Biblioteca, à Sala de Reuniões, ao Almoxarifado e ao Arquivo. A infraestrutura para o trabalho conta com computadores, mesa para reuniões, estantes para o arquivo, impressoras, banheiros e telefones.

c) **Estúdio I** - Infraestrutura: 02 computadores; 02 câmeras completas com tripé *dolly* + comunicação; 02 monitores para retorno 21 polegadas; 01 teleprompter + computador; 20 calhas de iluminação com luz fria; cenário para teleaula (5 cadeiras poltronas para entrevistas; 05 microfones sem fio de lapela; 01 microfone de mão com fio; 03 microfones de lapela com fio; 01 monitor plasma - quadro inteligente com programa para interatividade; 02 caixas acústicas de retorno para estúdio; 02 linhas de internet; 01 notebook de *standby*; sala de controle para gravação equipada.

d) **Unidade de gravação externa** - com a seguinte infraestrutura: 01 câmera completa com tripé; 04 *spots* de luz com tripé; papel vegetal e gelatina com várias cores; 02 microfones de lapela sem fio; 01 microfone de mão com fio; 02 carregadores de baterias para câmeras; 02 carregadores de baterias para microfones; 01 *case* (maleta) para câmera + tripé.

e) **Sala de Estúdio II** - com a seguinte infraestrutura: 02 computadores; 02 câmeras completas com tripé *dolly* + comunicação; 02 monitor para retorno com 21 polegadas; 01 tele prompter + computador; 20 calhas de iluminação com luz fria; 01 monitor plasma – quadro inteligente com programa para interatividade; 02 caixas acústicas de retorno para estúdio; 02 linhas de internet; sala de controle para gravação equipada.

f) **Biblioteca**: A Diretoria de Educação a Distância conta com um acervo de 1.970 livros, pertinente aos cursos ofertados. A atualização do acervo é feita periodicamente, com base nas indicações de docentes e equipe pedagógica. Os livros são disponibilizados aos estudantes, docentes, equipe pedagógica, coordenadores de curso e demais interessados. Além da Biblioteca da Diretoria de EaD, os estudantes contam com as bibliotecas dos Campi, que estão sempre recebendo novos acervos por parte desta Diretoria.

7.2 POLOS

Para oferta do curso são necessárias condições mínimas que garantam a qualidade pedagógica das aulas. Descrevemos, a seguir, quais são os requisitos essenciais para o funcionamento do curso, em unidades do IFPR e escolas conveniadas ao Instituto Federal do Paraná.

a) **Estrutura**: Sala de aula com mobiliário apropriado e suficiente para a quantidade de estudantes e que apresentem uma dimensão adequada, limpeza, iluminação, acústica, ventilação, segurança, conservação, comodidade e acessibilidade. Sanitários e bebedouros suficientes. Laboratório de informática (com um computador para cada dois estudantes). Biblioteca disponível para estudantes, professores e demais envolvidos com a oferta do curso.

b) **Equipamentos**: TV (televisor LCD ou equivalente acima de 32 pol.) ou data show. Notebook ou computador com acesso à internet. Internet disponível (mínimo de 10mb/s).

7.3 CONVÊNIO E PARCERIAS

O conveniado que se propor a ofertar o curso, se compromete a ceder espaço físico e estrutura de equipamentos e serviços para o funcionamento do Polo, conforme descrito acima.

Para que o convênio seja feito, a Diretoria de Educação a Distância deverá instruir processo administrativo, ao qual será juntada a seguinte documentação:

- Memorando do Diretor Geral, solicitando a parceria e justificando o pedido de forma que fique evidenciado o interesse institucional na oferta de cursos naquela instituição ou prefeitura (art. 50, Lei 9.784/99);
- Ofício da outra instituição ou prefeitura participante, manifestando interesse na celebração do convênio para oferta de vagas;
- Plano de Trabalho, nos termos do §1º, art. 116, Lei nº 8.666/93, que deverá estar assinado por seus autores, bem como pelo Diretor Geral de Educação a Distância, aprovando o documento (ciente e de acordo);
- Cópia dos atos constitutivos da entidade participante - exceto no caso de Órgãos da Administração Pública (Contrato Social, Estatuto Social, etc.);
- Cópia do ato de delegação dos representantes do partícipe externo, ou seja, cópias dos documentos que demonstrem quem é o representante legal da outra parte; bem como cópia do RG e CPF dos representantes legais da entidade participante; e as devidas certidões negativas (receita federal, trabalhista, FGTS) e comprovante de inscrição cadastral no CNPJ;
- Indicação do coordenador, contendo nome completo, matrícula SIAPE, CPF e e-mail.

Após análise e ajustes da Procuradoria, a Diretoria de Educação a Distância elaborará as vias definitivas do termo para a coleta de assinaturas do conveniado.

Ao início do curso será realizada a avaliação *in loco* das instalações da unidade. Haverá fiscalização durante o curso que será feita através de questionário enviado aos estudantes por meio do ambiente virtual de aprendizagem ou outro meio. Poderão ocorrer visitas ao local, caso seja constatada alguma irregularidade.

8. INFRAESTRUTURA PARA ATENDIMENTO ÀS NECESSIDADES ESPECIAIS

A Diretoria de Educação a Distância, juntamente com o campus onde o curso é ofertado e o Núcleo de Atendimento às Pessoas com Necessidades Educacionais Específicas (Napne) irá buscar as melhores soluções para os estudantes com necessidades especiais que necessitem de apoio para sua permanência no Curso.

A Diretoria de Ensino, juntamente com a coordenação do curso e equipe pedagógica, desenvolverá diversas ações, como: a busca de softwares, intérpretes, materiais adaptados, salas/espços com acessibilidade e formação continuada sobre a temática.

9. PERFIL DO PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

A Equipe do Curso Técnico em Vendas é composta por docentes (a serem selecionados por processo seletivo) e servidores pertencentes ao quadro do IFPR. Os docentes selecionados serão profissionais com formação na área dos componentes curriculares previstos, em nível superior, com experiência docente em cursos técnicos e superiores que, preferencialmente, tenham experiência na modalidade a distância na área deste curso. Estes(as) professores(as) terão como responsabilidade mediar as atividades e o processo de ensino e aprendizagem em sala de aula, bem como no ambiente virtual de aprendizagem.

Além destes profissionais, o curso conta com, no mínimo, 2 (dois) professores que atuarão como assessores pedagógicos. Caso necessário, serão contratos mais profissionais para atuarem nesta função. Também teremos professores selecionados para trabalhar com as turmas, de forma presencial e virtual, articulando as ações nos encontros presenciais e no Ambiente virtual de Aprendizagem.

COORDENAÇÃO CURSO		
QUANT.	PERFIL DE FORMAÇÃO	FUNÇÃO
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social com pós-graduação nas áreas de atuação do curso.	Coordenador (a)
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social com pós-graduação nas áreas de atuação do curso.	Assessor (a)
*	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social.	Professores (as) mediadores (as) presenciais

* Os Professores (as) mediadores (as) presenciais, serão contratados conforme demanda, sendo 1 para, no máximo, 50 estudantes por turma.

DOCENTES		
QUANT.	PERFIL DE FORMAÇÃO	Componente Curricular
1	Licenciatura em qualquer área de conhecimento	Tecnologias e Ambientes Virtuais de Aprendizagem
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social	Orientação para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho
1	Licenciatura Plena em Letras Português	Comunicação e Linguagem
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social	Comunicação para Vendas
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social	Fundamentos de Marketing
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior,	Administração de Vendas

	Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social	
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social	Comportamento do Consumidor I
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social	Promoção, Eventos e Merchandising
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial	Direito do Consumidor
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social	Comportamento do Consumidor II
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social	Noções de <i>e-Commerce</i>
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial.	Técnicas de Vendas
1	Curso superior em Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial.	Matemática Financeira
1	Curso Superior em Recursos Humanos, Psicologia, Administração, Ciências Econômicas, Tecnologia em Gestão Comercial.	Gestão de Pessoas e Equipes
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial.	Empreendedorismo
1	Curso superior em Marketing, Tecnologia em Gestão Comercial, Comunicação Social, Desenho Industrial.	Comunicação Visual e Vitrinismo
1	Curso Superior em Marketing, Administração, Logística, Comércio Exterior, Tecnologia em Gestão Comercial.	Canais de distribuição e Logística
1	Curso Superior na área de Informática	Informática Aplicada

1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial.	Marketing de Varejo e Marketing de atacado
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial.	Formação de preços
1	Curso superior em Marketing, Comércio Exterior, Administração, Ciências Econômicas, Ciências Contábeis, Tecnologia em Gestão Comercial.	Estratégias de Negociação

TÉCNICOS ADMINISTRATIVOS EM EDUCAÇÃO	
QUANT.	CARGO
1	Pedagogo (a)
1	Técnico em Assuntos Educacionais
1	Assistente de Aluno
5	Assistente em Administração
1	Auxiliar em Administração
2	Técnico em Arquivo
3	Técnico em Audiovisual
1	Técnico em Secretariado
1	Auxiliar de Biblioteca
1	Técnico em Relações Públicas
2	Técnico de Tecnologia da Informação
2	Administrador(a)

10 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO (PPC)

10.1 CONCEPÇÃO E METODOLOGIA

Este documento, além de orientar e sistematizar os processos avaliativos do curso precisa contemplar a avaliação do próprio PPC. Compreendemos o PPC como um documento “em processo”. Assim, torna-se necessário um acompanhamento sistemático com a participação dos sujeitos envolvidos, a fim de que seja democrático e participativo. A avaliação é compreendida aqui, não como término do processo, mas como momento de reflexão e diagnóstico, apresentando elementos que irão subsidiar decisões e ações em busca de qualidade.

Como apresenta Luckesi, “a avaliação como crítica de percurso é uma ferramenta necessária ao ser humano no processo de construção dos resultados que planejou produzir, assim como o é no redimensionamento da direção da ação” (LUCKESI, 1998, p. 116). Assim, nesta perspectiva propomos:

a) Estratégia:

- Avaliação sobre o andamento do curso, pelo Conselho de Classe, ao final do segundo, quarto e sexto módulos. Para tanto, serão utilizadas algumas questões norteadoras: como está o andamento do curso?; as aulas estão ocorrendo conforme proposto?; houve algum problema com os componentes curriculares?; situação geral dos estudantes (aprovados, desistentes...); no caso dos estudantes evadidos, as ações foram realizadas?. Após discussão, a Coordenação do Curso elaborará o relatório da reunião inserindo os aspectos apresentados.
- Pesquisa ao final do primeiro ano de curso com os(as) estudantes. Sistematização e discussão dos dados com a Equipe Pedagógica, Direção de Ensino e Coordenação de Curso.

b) Instrumentos:

- Documento orientador para a avaliação, com questões norteadoras, que será discutido pelo Conselho e Sistematizado pela Coordenação.
- Questionário com questões abertas e fechadas para estudantes e professores mediadores presenciais.
- Questionário enviado aos desistentes e evadidos.
- Relatório de Final de Curso elaborado pela Equipe Pedagógica (Anexo X).

c) Indicadores

- Índice de satisfação dos(as) estudantes.
- Índice de satisfação dos(as) professores(as).
- Dados de aprovação, desistência, evasão e reprovação.

10.2 CRONOGRAMA

Período	Ação	Objetivo	Documento
Ao final do 2º Módulo	Reunião do Conselho de Classe	Avaliar o curso e verificar questões emergenciais	Coordenação do Curso - Sistematizar Relatório
Ao final do 4º Módulo	Reunião do Conselho de Classe	Avaliar o curso e verificar questões emergenciais	Coordenação do Curso - Sistematizar Relatório
Ao final do 1º Ano do Curso	Pesquisa com o(as) estudantes	Realizar uma pesquisa com os(as) estudantes para verificar o andamento do curso.	Equipe Pedagógica e Coordenação de Sistemas - Elaborar questionário e sistematizar as informações
Ao final do 1º Ano do Curso	Pesquisa com os(as) professores(as) mediadores(as) presenciais	Realizar uma pesquisa com os(as) estudantes para verificar o andamento do curso.	Equipe Pedagógica, coordenação de Ensino e Coordenação de Sistemas - Elaborar questionário e sistematizar as informações
Ao final do Curso	Conselho Geral	Realizar uma avaliação geral do Curso	Todos os envolvidos - Coordenação do Curso elabora a ata que irá subsidiar o Relatório final
Ao final do Curso	Coordenação do Curso	Preencher relatório final do Curso	Coordenação do Curso - Relatório Final com as informações necessárias

10.3 DIAGNÓSTICO E INTERVENÇÕES

Os dados apresentados serão sistematizados e analisados a cada etapa. Situações emergenciais verificadas, que estejam prejudicando o andamento do curso, serão analisadas e pontuadas com a Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais na busca de soluções imediatas.

As demais questões serão organizadas por Comissão a ser instituída, que irá propor, com base nos dados e estudos, alterações neste documento, justificando as mudanças propostas, seguindo os procedimentos apresentados pela Pró-Reitoria de Ensino do IFPR.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Decreto nº 7.037, de 21 de dezembro de 2009.** Aprova o Programa Nacional de Direitos Humanos - PNDH-3 e dá outras providências.

BRASIL. **Lei n. 11.741, de 16 de julho de 2008.** Altera dispositivos da Lei n. 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para redimensionar, institucionalizar e integrar as ações da educação profissional técnica de nível médio, da educação de jovens e adultos e da educação profissional e tecnológica. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11741.htm>. Acesso em: 7 de janeiro de 2016.

BRASIL. **Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003.** Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004.** Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 11.645, de 10 de março de 2008.** Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, modificada pela Lei no 10.639, de 9 de janeiro de 2003, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena".

BRASIL. **Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009.** Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica; altera as Leis nos 10.880, de 9 de junho de 2004, 11.273, de 6 de fevereiro de 2006, 11.507, de 20 de julho de 2007; revoga dispositivos da Medida Provisória no 2.178-36, de 24 de agosto de 2001, e a Lei no 8.913, de 12 de julho de 1994; e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 12.790, de 15 de março de 2013.** Dispõe sobre a regulamentação do exercício da profissão de comerciário.

BRASIL. **Lei nº 13.006, de 26 de junho de 2014.** Acrescenta § 8º ao Art. 26 da Lei no 9.394/1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para obrigar a exibição de filmes de produção nacional nas escolas de educação básica.

BRASIL. **Lei nº 13.010, de 26 de junho de 2014.** Altera a Lei no 8.069, de 13 de julho de 1990 (Estatuto da Criança e do Adolescente), para estabelecer o direito da criança e do adolescente de serem educados e cuidados sem o uso de castigos físicos ou de tratamento cruel ou degradante, e altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. **Lei nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016.** Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera a Lei no 10.973, de 2 de dezembro de 2004, a Lei no 6.815, de 19 de agosto de 1980, a Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a Lei no 12.462, de 4 de agosto de 2011, a Lei no 8.745, de 9 de dezembro de 1993, a Lei no 8.958, de 20 de dezembro de 1994, a Lei no 8.010, de 29 de março de 1990, a Lei no 8.032, de 12 de abril de 1990, e a Lei no 12.772, de 28 de dezembro de 2012, nos termos da Emenda Constitucional no 85, de 26 de fevereiro de 2015.

BRASIL. **Lei nº 4.886, de 9 de dezembro de 1965.** Regula as atividades dos representantes comerciais autônomos.

BRASIL. **Lei nº 8.420, de 08 de maio de 1992.** Introduce alterações na Lei nº 4.886, de 9 de dezembro de 1965, que regula as atividades dos representantes comerciais autônomos.

BRASIL. **Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.** Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996.** Estabelece as Diretrizes E Bases da Educação Nacional.

BRASIL. **Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997.** Institui o Código de Trânsito Brasileiro.

BRASIL. **Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999.** Regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9784.htm> . Acesso em 20 de dezembro de 2017.

BRASIL. **Lei nº 9.795, de 27 de abril de 1999.** Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências.

BRASIL. Ministério da Educação/Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. **Catálogo Nacional de Cursos Técnicos.** 3ª ed. Brasília, 2016. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=41271-cnct-3-edicao-pdf&category_slug=maio-2016-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 20 de dezembro de 2017.

BRASIL. **Parecer CNE/CP nº 8, de 6 de março de 2012.** Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.

BRASIL. **Resolução CNE/CEB nº 1, de 5 de dezembro de 2014.** Atualiza e define novos critérios para a composição do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos, disciplinando e orientando os sistemas de ensino e as instituições públicas e privadas de Educação Profissional e Tecnológica quanto à oferta de cursos técnicos de nível

médio em caráter experimental, observando o disposto no art. 81 da Lei nº 9.394/96 (LDB) e nos termos do art. 19 da Resolução CNE/CEB nº 6/2012.

BRASIL. **Resolução CNE/CEB nº 2, de 30 de janeiro de 2012.** Define Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio.

BRASIL. **Resolução CNE/CEB nº 6, de 20 de setembro de 2012.** Define as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio. Disponível em: <<http://mobile.cnte.org.br:8080/legislacao-externo/rest/lei/51/pdf>>. Acesso em: 7 jan. 2016.

BRASIL. **Resolução CNE/CP nº 1, de 30 de maio de 2012.** Estabelece Diretrizes Nacionais para a Educação em Direitos Humanos.

BRASIL. **Resolução n. 01, de 3 de fevereiro de 2005.** Atualiza as Diretrizes Curriculares Nacionais definidas pelo Conselho Nacional de Educação para o Ensino Médio e para a Educação Profissional Técnica de nível médio às disposições do Decreto n. 5.154/2004. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rceb001_05.pdf>. Acesso em: 7 de janeiro de 2016.

GABRIEL, C. **Currículo e cinema na educação básica:** reflexões sobre uma articulação discursiva possível. In: FRESQUET, Adriana. Currículo de cinema para escolas de educação básica. Rio de Janeiro: 2013

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ. DIRETORIA DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA. **Portaria nº 50, de 24 de julho de 2015.** Institui a Comissão para propor a concepção teórico-metodológica de educação a ser realizada pela Diretoria de Educação a Distância do Paraná.

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ. **Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI 2014/2018.** Curitiba: Instituto Federal do Paraná-IFPR, dez/2014. Disponível em: <<http://reitoria.ifpr.edu.br/wp-content/uploads/2014>

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ. Pró-Reitoria de Ensino. **Instrução Interna de Procedimento nº 02, de 06 de setembro de 2017.** Dispõe sobre a oferta de cursos técnicos de nível médio e cursos de graduação no âmbito do Instituto Federal do Paraná. Disponível em: <<http://reitoria.ifpr.edu.br/wp-content/uploads/2014/10/IIP-PROENS-02-2017-OFERTA-DE-CURSOS-REGULARES-NO-IFPR.pdf>>. Acesso em: 10 de dezembro de 2017.

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ. **Resolução CONSUP nº 01, de 23 de janeiro de 2017.** Altera a Resolução 54/2011 que dispõe sobre a Organização didático-pedagógica da Educação Profissional Técnica de Nível Médio e Formação Inicial e Continuada de Trabalhadores no âmbito do IFPR.)

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ. **Resolução CONSUP nº 50, de 14 de julho de 2017.** Estabelece as normas de avaliação dos processos de ensino-aprendizagem no âmbito do IFPR.

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ. **Resolução CONSUP nº 54, de 21 de dezembro de 2011.** Dispõe sobre a Organização Didático-Pedagógica da Educação Profissional Técnica de Nível Médio e Formação Inicial e Continuada de Trabalhadores no âmbito do Instituto Federal do Paraná – IFPR.

IPARDES. **Arranjos produtivos locais do Estado do Paraná:** identificação, caracterização e construção de tipologia. Curitiba: IparDES, 2006. Disponível em: http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/apl_identificacao_tipologia.pdf

IPARDES. **Indicadores confirmam que retomada ganha fôlego no Paraná.** Disponível em: http://www.ipardes.pr.gov.br/index.php?pg_conteudo=1&cod_noticia=896 Acesso em: 04 de dezembro de 2017.

KASSICK, C. N.; CATAPAN, A.; IRIONDO, V. **Currículo Referência para o Sistema e-Tec Brasil:** uma construção coletiva. Florianópolis: PCEADIS/CNPq/ Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

LIBÂNEO, J. C. **A Democratização da Escola Pública.** São Paulo: Loyola, 1992.

LUCKESI, C. **Avaliação da aprendizagem escolar.** 8 ed. São Paulo: Cortez, 1998.

PALANGANA, I. C.; GALUCH, M. T. B. **Avaliação dos processos de ensino e de aprendizagem:** um desafio que persiste. Revista UNIFAMMA. v. 6, n. 1, Maringá, nov/2007.

SANTOS, F. **Qualidade no Atendimento como um fator diferencial para as empresas conquistarem e reterem seus clientes.** Revista Inteligência Competitiva. v. 7, n. 2, São Paulo, 2017. Disponível em: <file:///C:/Users/ADOBE/Downloads/224-777-1-PB.PDF>

SAVIANI, D. **Pedagogia Histórico-Crítica.** Ed. 11. Campinas: Autores Associados, 2012.

SAVIANI, D. **Escola e Democracia.** 34ª ed. São Paulo: Cortez, 2001.

VASCONCELLOS, C. S. **Avaliação: concepção dialética-libertadora do processo de avaliação escolar.** 18ª Ed. São Paulo: Libertad, 2012.

ANEXOS

I Portaria de nomeação da Comissão de Estruturação do Curso (CEC)

II Portaria de nomeação do Parecerista

III Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho

IV Plano de ação para permanência e êxito dos estudantes do curso

V Plano de Integração das Ações de Pesquisa, Extensão e Inovação

VI Ata da Reunião de Gestão – Diretoria de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais

VII Relatório Final de Curso

ANEXO I

Portaria de nomeação da Comissão de Estruturação do Curso (CEC)

PORTARIA Nº 1528 DE 30 DE NOVEMBRO DE 2017

O Reitor em exercício do Instituto Federal do Paraná, no uso da competência que lhe confere a Portaria nº 357 de 27/03/2017, publicada no Diário Oficial da União no dia 28/03/2017, seção 2, página 26,

CONSIDERANDO:

A Instrução Interna de Procedimentos – IIP 02/2017 – PROENS/IFPR.


RESOLVE:

Art. 1º - Designar as servidoras abaixo relacionadas para compor a Comissão de Estruturação de Curso (CEC), responsável pela elaboração da proposta de abertura do Curso Técnico em Vendas, na modalidade a distância, a ser ofertado pela Diretoria de Educação a Distância do IFPR.

Servidor	SLAPE	FUNÇÃO
VANIA CARLA CAMARGO	2180776	PRESIDENTE
ALINE VIEIRA VELOZO	2190236	MEMBRO
CARMEN SILVIA DA COSTA	2115293	MEMBRO
GISLEINE BOVOLIM	1896744	MEMBRO
GIACONDA GHIGGI	2233786	MEMBRO
KRISCIE KRISCIANNE VENTURI	2082359	MEMBRO
LUCILENE FATIMA BALDISSERA	2230933	MEMBRO

Art. 2º - A CEC terá o prazo de 180 (cento e oitenta) dias para construir a Proposta de Abertura de Curso e posteriormente, caso seja aprovada, do Projeto Pedagógico do Curso.

Art. 3º - Esta portaria entra em vigor com efeitos retroativos a 11 de outubro de 2017.


PAULO TETUO YAMAMOTO
Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento Institucional
no exercício da Reitoria

ANEXO II

Portaria de nomeação do Parecerista

PORTARIA N° 1599 DE 13 DE DEZEMBRO DE 2017

O Reitor *Pro tempore* do Instituto Federal do Paraná, no uso da competência que lhe confere a Portaria MEC n° 603 de 08/07/2016, publicada no Diário Oficial da União no dia 11/07/2016, seção 2, página 14,

CONSIDERANDO:

- A Instrução Interna de Procedimentos - IIP 02/2017 - PROENS/IFPR.

RESOLVE:

Art 1° Designar, GUSTAVO LUIS LOPES SILVEIRA, SIAPE n° 1802847, Professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico como Parecerista do Projeto Político Pedagógico do Curso Técnico Subsequente de Vendas da Diretoria de Educação a Distância.

Art. 2° O servidor terá o prazo de até 7 (sete) dias úteis para emissão de parecer técnico-pedagógico acerca do PPC conforme roteiro de análise elaborado pela Pró-Reitoria de Ensino e encaminhá-lo à Comissão de Estruturação de Curso.

Art. 3° Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.



ODACIR ANTONIO ZANATTA
Reitor *Pro tempore*

ANEXO III

PROJETO DE INOVAÇÃO NO MUNDO DO TRABALHO

REGULAMENTO

1 DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

O Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho (PIMT) é um momento obrigatório previsto no curso para que os estudantes tenham contato com problemas e realidades locais relacionadas com o mundo do trabalho. No Componente Curricular *Orientações para o Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho*, serão apresentados subsídios para análise da realidade, bem como planejamento de projetos para sugestões e resoluções dos problemas locais.

2 DOS OBJETIVOS

- 2.1 - Propiciar aos estudantes a possibilidade de aprofundamento temático e Interdisciplinar, visando a uma formação mais completa.
- 2.2 - Incentivar a reflexão crítica do/da estudante e aprofundamento nas relações presentes no mundo do trabalho.
- 2.3 - Desenvolver atitude investigativa interdisciplinar por meio da promoção da cultura empreendedora e de inovação.
- 2.4 - Desenvolver a autonomia e o senso de responsabilidade social.
- 2.5 - Construir propostas de soluções empreendedoras e inovadoras para questões locais, centradas no ser humano e em necessidades sociais.

3 DAS ATIVIDADES

Entre as atividades previstas, temos:

- 3.1 - observação da realidade no mundo do trabalho;
- 3.2 - realização de visitas técnicas à empresas/órgãos públicos,
- 3.3 - observação da realidade no mundo do trabalho;
- 3.4 - análise dos problemas encontrados no Mundo do Trabalho;
- 3.5 - proposta de soluções para os problemas encontrados no MT;
- 3.6 - participação em palestras, cursos, workshops, mesa redondas, simpósios, seminários, congressos, conferências, fóruns, oficinas, colóquios, encontros, semanas temáticas, etc., que tratam sobre questões relativas ao mundo do trabalho.

4. DAS OBRIGAÇÕES DOS/DAS ESTUDANTES

- 4.1- Participar das atividades desenvolvidas.
- 4.2 - Realizar, no mínimo, 75% da carga horária prevista.
- 4.3 - Entregar, quando solicitado, relatórios e outros documentos solicitados.

5. DA ORGANIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

- 5.1 - As atividades serão organizadas pelos(as) professores(as) mediadores(as) presenciais, juntamente com os responsáveis pelo NUTEAD e Coordenadores de Curso.
- 5.2 - O controle das participações e frequência é responsabilidade do Professor(as) Mediador(a) presencial.
- 5.3 - É de responsabilidade do Coordenador Geral do Curso acompanhar as ações do Projeto.

6 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

- 6.1 - Os casos omissos serão analisados pelo Coordenador Geral do Curso e Diretoria de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais.

ANEXO IV

Plano de ação para permanência e êxito dos estudantes do curso

A evasão está relacionada a fatores internos e externos da Instituição, que incluem os fatores individuais do estudante. A EaD/IFPR iniciou, em 2017, a aplicação de um questionário semestral com o objetivo de verificar a satisfação dos estudantes em vários aspectos e, a partir das informações obtidas, identificar os pontos fortes e as fragilidades pedagógicas e institucionais que precisam ser revistas para evitar a evasão e garantir o sucesso dos estudantes nos cursos ofertados. Com base nos dados levantados, apresentamos algumas ações a serem realizadas para colaborar com a permanência e com o êxito dos discentes.

Fatores internos: Referente aos fatores internos à Instituição, como a infraestrutura, a metodologia, a comunicação e a interação entre docentes e discentes, a EaD, além de seus servidores, conta com a colaboração das instituições parceiras e de bolsistas com diferentes funções que atuam nesta modalidade. Neste sentido, o trabalho em equipe é de extrema importância e deve estar sempre em sincronia. A equipe da Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais, principalmente, tem trabalhado na configuração de um modelo cada vez mais interativo de ensino e aprendizagem, a fim de que os(as) discentes se sintam acolhidos e motivados, bem como recebam e encontrem fácil e rapidamente todas as informações necessárias para sua integração no curso e na instituição. Existe o guia do estudante que é bastante útil, pois concentra as informações mais importantes referentes ao curso e, ainda, disponibiliza os principais contatos para informação por e-mail e telefone.

Fatores externos: Com relação aos aspectos externos, a EaD se preocupa não apenas com disponibilizar, no site e no edital, as informações correspondente ao curso e à instituição, mas também produz material de divulgação para serem utilizados pelos parceiros que, inclusive, utilizam outros meios de comunicação nas suas localidades. Por meio destas ações, a comunidade externa pode conhecer um pouco mais sobre a instituição e a educação pública e gratuita, além de compreender a respeito de como funcionam os cursos e a abrangência profissional dos mesmos. Isso ajuda os estudantes a decidirem o seu percurso profissional e evita futuras frustrações e evasão de curso. Outros aspectos a serem considerados são: interesses pessoais sobre o curso, adaptação ao sistema proposto (modalidade a distância), alterações de endereço, problemas de saúde, problemas familiares.

Com base nos fatores interno e externos, propõe-se as seguintes ações:

Objetivo	Estratégia	Responsável
Divulgar informações do Curso e do Regimento do para o(a) estudante	Elaborar e Disponibilizar, no AVA e página da EaD, o Guia do(a) Estudante	Diretoria de Desenvolvimento de Recursos Educacionais
	Disponibilizar e incentivar a leitura do Projeto Pedagógico do Curso e demais documentos institucionais	
Monitorar as estruturas utilizadas pelos estudantes nos polos	Solicitar imagens periódicas das instalações, bem como visitas pelos responsáveis dos Nuteads	Setor de Polos e Nutead
Acompanhar a oferta do curso periodicamente	Pesquisa com os(as) estudantes	Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais
	Conselhos de Classe periódicos	Coordenação do Curso
	Reunião entre a Direção, Coordenação de Ensino e Coordenação de Curso.	Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais
	Levantamento das solicitações encaminhadas ao Suporte do AVA	Coordenação do Curso
Ampliar o conhecimento dos(as) estudantes sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação	Elaborar e disponibilizar materiais complementares para os (as) estudantes sobre o uso de tecnologias e objetos de aprendizagem	Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais
Ação de resgate de estudantes evadidos	Realizar contato direto com o estudante e promover as possibilidades de retorno do mesmo ao curso	Coordenação de curso e professores presenciais
Mapear os motivos de desistências	Realizar contato com o estudante, solicitando informações sobre a desistência/abandono/evasão do curso. Para tanto, elaborar um formulário para que os(as) professores(as) encaminhem aos desistentes	Direção de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais

A equipe docente, pedagógica e administrativa também orienta os discentes a comunicar os motivos de eventuais ausências, mudanças de residência e local de trabalho a fim de poder ajudá-los na recuperação das aulas e atividades. Caso o estudante deixe de acessar o ambiente virtual de aprendizagem e falte constantemente às aulas presenciais, a equipe docente verifica o que está acontecendo e busca realizar um atendimento individualizado de acordo com a dificuldade pessoal do(a) estudante.

Comissão de Estruturação do Curso Técnico em Vendas

ANEXO V

PLANO DE INTEGRAÇÃO DAS AÇÕES DE PESQUISA, EXTENSÃO E INOVAÇÃO

Atualmente a oferta de cursos técnicos subsequentes na modalidade a distância do IFPR, são ofertados pela Diretoria de Educação a Distância. Estes cursos são realizados em diversos polos, sejam nos campi do IFPR ou com parcerias (prefeituras). Com esta grande diversidade de realidades locais e considerando que a Diretoria de Educação a Distância não se constitui como um campus, a integração entre pesquisa, extensão e inovação se apresenta como um grande desafio.

Após estudos realizados pela Direção de Ensino e Desenvolvimento Recursos Educacionais, considerando as diversidades locais e a busca de qualidade, foi criado o **Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho (PIMT)**, um componente curricular que integra as ações de Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação a ser realizado em cada polo, buscando integrar questões teóricas e práticas.

O PIMT possui regulamentação para sua realização, que consta no Anexo deste PPC, entre seus objetivos estão: incentivar a reflexão crítica do(a) estudante referente ao mundo do trabalho; desenvolver atitude investigativa interdisciplinar por meio da promoção da cultura empreendedora e de inovação, entre outros. Para subsidiar o PIMT, será ofertado o componente curricular denominado **Orientações para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho**, onde o estudante irá conhecer os aspectos teóricos relacionados com Ensino, Pesquisa, Extensão e Inovação.

Cabe destacar que, além do PIMT, os(as) professores(as) poderão desenvolver outras ações envolvendo os(as) discentes junto aos Núcleos de Inovação Tecnológica (NIT) e Coordenações de Pesquisa e Extensão, o que será incentivado pela Diretoria de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais da Diretoria da EaD.

Outro aspecto importante que buscamos com o PIMT é assumir o “compromisso social do IFPR com o desenvolvimento local e regional, e com o enfrentamento da exclusão, uma vez que sua missão apresenta uma proposta de educação inclusiva com foco na formação para o mundo do trabalho” (PDI IFPR 2014/2018, p. 72). Para tanto, o trabalho foi norteado com as seguintes definições:

Inovação: O PIMT tem caráter de Inovação, pois busca a redução das desigualdades regionais, por meio de ações in loco com os estudantes, bem como trabalha com a promoção da cooperação e interação entre o público e privado, princípios presentes na Lei nº 13.243/2016. foco inovador está no pensar nas realidades locais, propondo novos processos e aprimorando atividades relacionadas com o curso, buscando valorizar e identificar novas oportunidades no mundo do trabalho, bem como colaborar com grupos locais.

Pesquisa: Essencial e tem um grande valor, pois será o ponto de partida para conhecer as realidades locais. Assim, juntamente com os(as) professores(as) mediadores(as) presenciais serão realizados levantamentos sobre as características locais, análise de dados, com objetivo de verificar como será possível colaborar e incluir ações no PIMT. O Curso apresenta o componente: *Orientação para Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho*, que apresenta, no seu ementário, conteúdos sobre pesquisa.

Extensão: Com base no documento *Contribuições para a Política de Extensão da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica* (2015), temos a extensão como “processo educativo, cultural, político, social, científico e tecnológico que promove a interação dialógica e transformadora entre as instituições e a sociedade, levando em consideração a territorialidade” (p. 02). Assim, entre as ações propostas para o Técnico em Vendas, o PIMT busca integrar os conhecimentos do curso com a as comunidades locais. Os(as) estudantes serão incentivados a se envolverem com as atividades culturais locais, também como promotores de ações.

Ademais, serão realizadas ações junto aos Núcleos de Tecnologia e Educação a Distância (Nutead) para incentivar a participação dos estudantes matriculados nos projetos cadastrados no COPE de cada unidade de ensino juntamente com os servidores e realidades locais.

ANEXO VI

Ata da Reunião de Gestão – Diretoria de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais

Extrato de Ata da Reunião de Gestão da Diretoria de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais 22 de dezembro de 2017

A Kriscie abriu a reunião informando que o principal ponto a ser tratado seria (...). Passou-se para o **4º item da pauta: Aprovação da Abertura e Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Vendas, oferta subsequente, modalidade a distância.** A Professora Kriscie apresentou um breve histórico sobre as tratativas relacionadas com o curso em questão. Continuou apresentado os membros da Comissão de Estruturação de Curso, Cec, a saber: Vania, Kriscie, Gioconda, Lucilene, Aline, Carmem e Gisleine. A Cec, nomeada pela Portaria nº 1528/2017, foi instituída seguindo a IIP/Proens 2017 que regulamenta a Abertura e Ajustes de Cursos. Nomeou também os pareceristas envolvidos, a Marissoni pela Demtec/Proens, como orientadora/parecerista e o Prof. Gustavo como parecerista nomeado pela DEaD. Antes da abertura para o relato da Presidente da Cec, Profa. Vania, a Kriscie agradeceu aos envolvidos pelo esforço visto o tempo disponibilizado e a urgência do documento. Esclareceu ainda que conforme a IIP/PROENS 02/2017 e considerando as especificidades da Educação a Distância, a DEaD pode submeter o PPC de forma mais dinâmica. Considerando isso, foi possível a realização dos trabalhos para a criação do curso de Vendas num prazo bastante exíguo. A Diretora concedeu a palavra à Presidente da Cec, Professora Vânia, que relatou os seguintes pontos: o curso e a demanda advinda para pactuação; a organização da matriz curricular que partiu de uma base proposta pela Aline, contou com o parecer técnico do professor Eduardo Cosentino nas contribuições dos componentes curriculares e ementário, possibilitando a ela e a Carmen a realização de ajustes na matriz curricular enfatizando a avaliação de competências e habilidades; contribuição da Professora Maristela Gabardo quanto a metodologia a ser utilizada. A Kriscie destacou as pesquisas realizadas dos Cursos de Vendas ofertados em outros IFs. Outro fator importante, que contribui para a realização do trabalho, foi a vinda da Professora Lucia Amante, Universidade Aberta (UAb) de Portugal, cuja as contribuições de suas pesquisas ratificou o que estava sendo construído pela comissão metodologicamente. A Kriscie esclareceu os fluxos dos trabalhos para a finalização do PPC do curso de Vendas. A Gioconda destacou as inovações na construção do curso que contempla as questões contemporâneas, citando o caso da inclusão do componente curricular Noções de e-Commerce. **A Kriscie submeteu o PPC para a votação de toda equipe presente que, por ACLAMAÇÃO, aprovou o Projeto Pedagógico do Curso Técnico em Vendas na oferta Subsequente na Modalidade a Distância ofertado pela DEAD/IFPR. (...).** Encerrados os itens proposto na pauta, A Diretoria de Ensino e Desenvolvimento de Recursos Educacionais deu por encerrada a reunião.

Secretária da Reunião
Susana Carla de Souza Ferraz

ANEXO VII

RELATÓRIO PEDAGÓGICO FINAL DO CURSO

** A ser preenchido pelo coordenador geral do curso*

1. Identificação

Curso:

Eixo:

Nº do Processo do PPC referente ao Curso:

Coordenador Geral(a) do Curso:

E-mail do coordenador do curso:

Telefone:

Vice Coordenador(a) do Curso:

Período da Realização do Curso: Início ___/___/___ - Fim ___/___/___

Obs: As datas devem corresponder ao dado inserido no SISTEC e podem ser consultadas junto ao Controle Acadêmico.

2. Informações sobre o andamento do curso

2.1 Relação dos/as Professores/as

*Esta planilha pode ser feita em documento à parte e anexada a este relatório, desde que mantenha a formatação aqui determinada.

*Caso seja necessário, é possível incluir mais dados.

Nome do/da Professor/a (Conteudistas, Conferencistas e Tutores)	E-mail do/da professor/a	CPF	Componente Curricular	Carga horária	Data da Oferta (início-fim)

2.2 Da realização do curso:

a) Um breve histórico do curso (relatar elementos relevantes para compreendermos o desenvolvimento do curso, se houve troca de coordenadores e outros membros da equipe principal, paralisações, ocorrências diversas, dificuldades relatadas pelos estudantes e equipe, etc).

b) Foram realizadas alterações significativas quanto ao calendário? Justifique.

Calendário: Inserir abaixo (ou no anexo) o cronograma oficial do curso.

c) Qual a metodologia utilizada? Organização das aulas, materiais utilizados, entre outros.

d) Os componentes curriculares foram adequados, ou para uma nova oferta precisam de alterações?

e) Sobre o Projeto de Inovação no Mundo do Trabalho: aponte aspectos positivos, negativos e sugestões.

f) Relação de Polos onde ocorreram a oferta:

2.3 Dos/as estudantes:

a) Como ocorreu o processo seletivo de entrada dos/das estudantes (sorteio, seleção pelos parceiros...)?

Número do edital de seleção:

Quantidade de candidatos(as):

Quantidade de vagas ofertadas:

Quantidade de estudantes selecionados(as):

b) Número de estudantes que:

* iniciaram o curso:

* desistentes (estudantes que apresentaram algum documento):

* evadidos (estudantes que deixaram o curso sem apresentar algum documento):

* reprovados:

* aprovados:

c) Com relação aos estudantes desistentes/evadidos, relate possíveis fatores que levaram ao abandono e ações realizadas com relação à evasão (contato com os estudantes, orientações para os professores/tutores, estudos sobre os motivos da evasão, etc).

d) Com relação aos estudantes que reprovaram, quais oportunidades foram dadas para o **processo de recuperação** ao longo do curso.

2.5 Comunicação:

a) Como eram realizadas as comunicações com os estudantes? Quais foram os canais utilizados?

b) Foram abertos e-mails específicos para o curso? Se sim, disponibilizar *login* e *senha*.

2.4 Na ocorrência de uma nova oferta, que elementos precisam ser (re)considerados (sugestões).

3. O Conselho de Classe ocorreu como orientado? Tiveram dificuldades? Quais? Sugestões para melhorar a dinâmica do Conselho de Classe?

4. Outras observações:

5. Anexos

- Cópia do Projeto Pedagógico do Curso e cópia de aprovação pela DEMTEC, retiradas do Processo físico, referentes à oferta finalizada.
- Cópia da resolução de aprovação do curso.
- Relação das Atas dos Conselhos de Classes realizados.
- Relação dos Seminários Locais realizados (Cópia do relatório final de cada Polo).
- Cópia de documentos entregues por estudantes (carta de desistência ou outros).
- Cópia das atividades e avaliações elaboradas durante o curso aos estudantes, para composição de banco de avaliações (CD ou Drive).
- Outros documentos citados ou que considere importante para o curso.

Assinatura do Coordenador/a do Curso ou Responsável pelas Informações