



Educação Profissional Técnica de Nível Médio com Habilitação em
Técnico em Comércio
EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios
35 aulas semanais

COMPONENTES CURRICULARES DE APROFUNDAMENTO

CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO

1ª Série

TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO

OBJETIVOS:

Desenvolver a capacidade de atuar nos processos administrativos, aprimorar técnicas e habilidades para que possa melhorar o pensamento e o desempenho profissional.

EMENTA

- Organização e Administração: conceitos, objetivos e funções organizacionais.
- Abordagens da Teoria Geral da Administração.
- Abordagem contemporânea do Século XXI.
- Processo de organização (divisão de trabalho, autoridade, centralização e descentralização, estrutura organizacional, organograma e fluxograma).
- PDCO.
- Planejamento, comunicação, liderança, execução e controle.
- Conceitos básicos e aspectos gerais dos temas na organização.
- Administração e suas Perspectivas com suas possibilidades profissionais na área de Marketing.

COMPETÊNCIAS:

- Identificar e avaliar tipos e modelos de planejamento, buscando atualização e inovação.
- Correlacionar e definir planejamento estratégico, planejamento tático e plano diretor.
- Definir o padrão e a natureza das informações a serem

HABILIDADES:

- Organizar dados e informações para o planejamento estratégico, tático.
- Elaborar organogramas gerais e funcionogramas, visando à definição dos parâmetros das delegações de funções e os limites de responsabilidades.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Conceitos de formação da organização.
- Sistemas de organogramas, fluxogramas e demais representações gráficas dos processos de delegações e atribuições de funções.
- Sistemas e procedimentos de



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

levantadas nos diversos tipos de planejamento. • Avaliar e organizar informações, estruturando-as de forma a suprir o processo de planejamento. • Conhecer os fundamentos, os objetivos, a estrutura, a organização e o funcionamento da gestão.	• Aplicar procedimentos necessários para operacionalização das atividades planejadas. • Aplicar técnicas de suporte aos sistemas burocráticos e operacionais no tocante à formalização e documentação do planejamento. • Organizar plano de distribuição de trabalho, acompanhar a qualidade da execução e observar prazos na elaboração do planejamento.	controles internos administrativos e gerenciais. • Sistemas de organização e coleta de informações financeiras e operacionais. • Sistemas e métodos de organização de cronogramas. • Sistemas de custos de processos administrativos e tecnológicos. • Influência dos sistemas de gestão para as ações de marketing da instituição.
--	---	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

PILLA, Bianca Smith. **Fundamentos da Administração**. Curitiba: Editora Livro Técnico, 2017.
MAXIMIANO, Antonio Amaru. **Teoria Geral de Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral de Administração**. São Paulo: McGrae-Hill do Brasil, 1987.
MOTTA, Fernando C. P. **Teoria Geral da Administração: uma introdução**. 18ed. São Paulo: Pioneira, 1994.

INTRODUÇÃO A RECURSOS HUMANOS

OBJETIVOS:

Capacitar os estudantes a desenvolverem atividades teóricas e práticas para fazer com que o setor de Recursos Humanos realize os objetivos e metas que as organizações almejam.

EMENTA

- Introdução a Administração de Recursos Humanos.
- Subsistemas de RH (Provisão e Aplicação).
- Subsistemas de RH (Manutenção, Desenvolvimento e Monitoramento).



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

COMPETÊNCIAS: • Conhecer processos de recrutamento e seleção. • Conhecer o processo de avaliação de desempenho. • Conhecer processos motivacionais. • Correlacionar a política de RH com manutenção, desenvolvimento e monitoramento.	HABILIDADES: • Compreender o plano de cargos e salários. • Desenvolver competências na área de procura ativa de emprego e gestão de carreira. • Desenvolver o S.I. • Desenvolver plano de benefícios (Motivação e Endomarketing). • Discutir a relevância e as ofertas de formação ao longo do ciclo vital. • Elaborar desenho de cargos e salários. • Elaborar o banco de dados. • Elaborar relatório de auditoria. • Elaborar um planejamento de recursos humanos. • Perceber a necessidade de treinamento. • Socialização dentro do processo de obtenção de pessoal.	BASES TECNOLÓGICAS: • O novo desafio para a competitividade: gestão de pessoas. • Globalização. • Implicações para a natureza da competição. • Implicações para o gestor de RH, como profissão. • Teoria e prática da gestão de aprendizagem organizacional. • Valorização do patrimônio intelectual da organização. • Sistema de recursos humanos.
BIBLIOGRAFIA BASICA: COSTA, Érico da Silva. Gestão de Pessoas. Curitiba: Editora do Livro Técnico; 2010. MARRAS, Jean Pierre. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Ed. Saraiva, 14 ed., 2011. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos. Ed. Compacta. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998. MORGAN, G. Imagens da Organização. São Paulo: Atlas, 1997. VROOM, V.H. Gestão de pessoas, não de pessoal. Rio de Janeiro: Campus, 1997.		



INTRODUÇÃO A CONTABILIDADE

OBJETIVOS:

Analisar fenômenos e variações, tanto no aspecto quantitativo quanto no qualitativo, registrando os fatos e atos de natureza econômico-financeira que o afetam e estudando suas consequências na dinâmica financeira. O nome deriva do uso das contas contábeis. Capacitar os alunos a ter uma visão ampla do processo contábil, e aplicação dos seus conhecimentos na análise e interpretação dos conteúdos e da análise dos demonstrativos contábeis, e a sua importância dos mesmos para a tomada de decisão no âmbito empresarial.

EMENTA

- Introdução a contabilidade.
- Conceito e terminologia patrimônio.
- Representação gráfica do patrimônio.
- Ativo, passivo e aplicações de contas.
- Conceitos, classificações.
- Noções de fatos e atos administrativos.
- Escrituração.
- Razonete e Balancete.
- Apuração simplificada do resultado do exercício do DRE.
- Operação com mercadoria.
- Demonstração do fluxo de caixa.
- A contabilidade de gestão e o sistema de informações da empresa.
- Introdução gestão orçamental.
- A elaboração dos orçamentos da empresa.
- A elaboração do orçamento e a informática.
- Custos básicos.
- O controle orçamental.
- Custeio baseado nas atividades.

COMPETÊNCIAS:

- Capacitar os alunos a terem uma visão ampla do processo contábil e aplicação na análise de interpretação dos conteúdos e da análise dos demonstrativos contábeis, e a sua importância dos mesmos para a tomada de

HABILIDADES:

- Desenvolver noções preliminares de contabilidade.
- Compreender as funções da contabilidade.
- Estrutura Patrimonial.
- Conhecer os procedimentos contábeis.
- Compreender a política de crédito e cobrança.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Noções básicas de contabilidade: histórico, conceitos, objetivos e finalidade.
- Princípios e normas contábeis.
- Componentes básicos da contabilidade: ativo, passivo, despesa, receita, equação patrimonial.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

decisão no âmbito empresarial. • Caracterizar e diferenciar planejamentos tributário, financeiro e contábil. • Identificar e analisar fundamentos, conteúdo, sentido e importância do planejamento tributário. • Interpretar os objetivos dados e informações do planejamento tributário. • Identificar o caráter normativo da legislação tributária e seu processo de taxação, sinalização, isenção, suspensão e deferimento de impostos, assim como: período base, período fiscal, depósitos, correções de valores. • Identificar e caracterizar pontos essenciais de uma política financeira e sua utilidade para executores e usuários.	• Organizar serviços específicos a serem executados para elaboração do planejamento financeiro e tributário. • Organizar informações para estabelecer comparações entre políticas financeiras e realidade das organizações, tais como: resultado financeiro, custo real dos juros, receita real dos juros, descontos obtidos, descontos concedidos, penalidades de atraso, prêmios de pontualidade, variáveis de aplicação.	• Contas: Lançamentos contábeis. • Mecânica contábil. • Livros contábeis e fiscais. • Sistemas de controle contábil de estoques. • Administração de capital de giro: conceitos, disponibilidades, duplicatas a receber, estoques. • Fluxo de caixa. • Sistemas e Métodos de planejamento. • Planejamento e execução financeira. • Princípios e normas contábeis. • Componentes básicos da contabilidade: ativo, passivo, despesa, receita, equação patrimonial. • Lançamentos contábeis; Mecânica contábil: variações patrimoniais, contabilização das transações e balancete. • Livros contábeis e fiscais. • Sistemas de controle contábil de estoques. • Depreciação: conceitos e principais métodos.
--	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ÁVILA, Carlos Alberto. **Contabilidade Básica**. Curitiba: Editora do Livro Técnico, 2010.
CARDOSO NETO, Felicíssimo. **Contabilidade de custos**. Saraiva. 1982.
MARTINS, Elizeu. **Contabilidade de custos**. 9ª Ed. Ed. Atlas. 2009.
PADOVEZI, Luis Clóvis. **Contabilidade Gerencial: Um enfoque no sistema de Informação Contábil**. Ed. Atlas. 2010.
RIBEIRO, Osny Moura. **Contabilidade Básica Fácil**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MARION, José C. **Contabilidade básica**. São Paulo: Atlas, 1995.
RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos fácil**. São Paulo: Saraiva, 2009.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

OBJETIVOS:

Atuar no planejamento financeiro, na organização, na direção, na captação e nos investimentos de recursos financeiros de uma empresa, seja de pequeno, médio ou de grande porte.

EMENTA

- Fundamentos da Gestão Financeira.
- A estrutura do Departamento Financeiro.
- Capital, Taxas de Juros e de Equivalentes.
- Taxas nominais e efetivas.
- Descontos, Capitalização Composta.
- Fluxo de Caixa.
- Relacionamento bancário.
- Orçamento Empresarial.
- Noções de Aplicações de Investimentos, (caderneta de poupança, renda fixa e variada, fundo de investimento, ações).

COMPETÊNCIAS:

- Compreender a problemática do planejamento financeiro.
- Compreender a necessidade dos métodos de avaliação empresarial.
- Identificar os vários métodos de avaliação empresarial.
- Analisar os valores provenientes de métodos de avaliação apresentados.
- Avaliar o impacto do risco das taxas de juros e das taxas de câmbio, nas políticas financeiras.

HABILIDADES:

- Elaboração de planejamento financeiro e a gestão dos recursos de curto e longo prazo por meio de análise e interpretação de demonstrativos econômico financeiros, a fim de subsidiar a tomada de decisões que maximizem a geração de valor para a empresa.

BASES TECNOLÓGICAS:

- A gestão financeira à curto prazo.
- Análise de investimentos.
- O financiamento de longo prazo e estrutura de capital.
- O planejamento financeiro de médio e longo prazo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ASSAF NETO, Alexandre. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo: Atlas.
PADOVEZE, Clóvis Luís. **Introdução à administração financeira: texto e exercícios**. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, c2011. XI, 303 p



GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12ª ed. São Paulo: Pearson, 2010. XXIII, 775 p.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

SOUSA, Antonio de. **Gerência financeira para micro e pequenas empresas: um manual simplificado**. Rio de Janeiro: Elsevier: SEBRAE, 2007 143 p

ASSAF NETO, A. **Matemática financeira e suas aplicações**. São Paulo: Atlas, 2009

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. **Decisões financeiras e análise de investimentos: fundamentos, técnicas e aplicações**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008. x, 186 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração financeira: uma abordagem introdutória**. Rio de Janeiro: Elsevier, c2006. 116 p.

GROPPELLI, Angélico A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010. XV, 496 p.

MARKETING ORGANIZACIONAL

OBJETIVOS:

Desenvolver o conceito de marketing e identificar as vantagens da adaptação do marketing nas organizações.

EMENTA

- Conceito e evolução do marketing.
- Análise do mercado e do comportamento dos consumidores.
- Elaboração da estratégia de marketing.

COMPETÊNCIAS:

- Conhecer, identificar e comparar diversos conceitos do *marketing*.
- Identificar os tipos de *marketing*.
- Elaborar projetos de *marketing*.

HABILIDADES:

- Avaliar, saber definir e diferenciar as funções dos diferentes conceitos de *marketing* e suas potencialidades.
- Aplicar os conhecimentos de *marketing* no micro e macro ambiente da empresa.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Mercado (externo e interno) - segmentação de mercado.
- Formas de abordagem de mercado.
- Etapas de processo de segmentação, potencial e demanda de mercado.
- Estratégias de posicionamento do mercado.
- Mix de mercado; (4p'S, 4c'S, 4 A'S)
- Público-Alvo.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Apostilas. **Código do Consumidor e Código do Fornecedor.**

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing.** 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de vendas.** São Paulo: Atlas, 2009.

ROSA, Marcos Paulo. **Métodos e Ferramentas do Marketing.** 1ªed. Curitiba: Editora LT, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

COBRA, Marcos. **Marketing básico.** São Paulo: Atlas, 2009

DIAS, S. R. (Coord.). **Gestão de marketing.** São Paulo: Saraiva, 2003.

GRACIOSO, F. **Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado.** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 12ªed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

RICHES, Raimar — **Marketing** — Uma visão brasileira. São Paulo: Negócio Editora, 2000, 430p.

GESTÃO DE VAREJO

OBJETIVOS:

Desenvolver instrumentos de medida para avaliar a eficácia de implantação numa linha de produtos varejistas. Propiciar ao estudante conhecimentos acerca das técnicas de vendas nos diferentes tipos de negócios e organizações, planejamento de vendas e qualidade de atendimento.

EMENTA

- Desenvolvimento do Perfil do vendedor do varejo.
- Planejamento da Gestão de Varejo.
- Planejamento de Marketing.
- Gestão estratégica de vendas.
- Habilidades e competências do vendedor no mercado varejista.
- Tipos de vendas, suas aplicações e o pós-venda.
- Técnicas de abordagem ao consumidor do mercado varejista.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
• Compreender as variáveis macro e macroeconômicas, políticas e sociais relacionadas com a atividade de comercialização de bens e serviços no varejo. • Definir variáveis e conceber modelos de pesquisa de mercado para obter dados que possam subsidiar as decisões envolvendo políticas de comercialização de bens e serviços no varejo, bem como para alimentar sistema informatizado de dados sobre o mercado. • Identificar e relacionar parâmetros que afetam a atuação comercial no varejo. • Identificar as diversas estratégias no varejo de marketing, de armazenamento e distribuição física, de compra e venda, pós-venda. • Compreender os principais conceitos e bases teóricas das técnicas de vendas nos diferentes tipos de negócios e organizações. • Compreender o conceito da motivação da força de vendas. • Assimilar os conceitos de qualidade no atendimento.	• Identificar e interpretar variáveis macro e macroeconômicas, políticas e sociais relacionadas com a atividade de comercialização de bens e serviços no varejo. • Aplicar as técnicas de vendas nos diferentes tipos de negócios e organizações varejistas. • Conduzir de forma adequada o atendimento ao consumidor do mercado varejista. • Adequar a organização do estabelecimento comercial e os recursos necessários para funcionamento aos objetivos estabelecidos. • Definir parâmetros para negociação de compra e venda no varejo. • Pesquisar continuamente e criar novas alternativas de trabalho, em todas as subfunções comerciais varejistas, • Planejar processo de vendas.	• Métodos e técnicas de planejamento da gestão varejista. • Métodos e técnicas para identificação das variáveis da praça (= distribuição): formas e canais de distribuição, distribuição física, transportes, armazenagem, e outras no mercado do varejo. • Métodos e técnicas para identificação das variáveis de comunicação empresarial varejista: propaganda, publicidade, promoção de venda, relações públicas e outras. • Métodos e técnicas para identificação das variáveis de preço: preço básico, descontos, prazos, impostos, fretes e outras. • Varejo: novos desafios. • Estratégia de gestão de varejo. • Segmento de mercado. • Formato de varejo. • Elementos do composto de varejo. • Preços, descontos e análise de lucratividade. • Expectativas/percepções dos consumidores. • Estruturação da Equipe de vendas e seu funcionamento. • Liderança – motivando a equipe. • Métodos e técnicas para identificação das variáveis de produto varejista:



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

		características, design, qualidade, embalagem e outras. • Métodos e técnicas para organização de bancos de dados sobre o mercado (sistema de informações sobre o mercado). • Plano de marketing: planejamento comercial, organização e estratégia comercial. Marketing Mix. • Abordagem e definição da venda. • Gestão estratégica de vendas. • Tipos de clientes. • Avaliação e aspectos comportamentais dos vendedores. • Definição de metas e análise dos resultados. • As técnicas modernas de vendas e pós-vendas • Estratégias de persuasão
--	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COBRA; Marcos. **Administração de Vendas**. São Paulo: Atlas, 2005.
LAS CASAS; Alexandre Luzzi. **Técnicas de Vendas**: como vender e obter bons resultados. São Paulo: Atlas, 2004.
PARENTE; Juracy. **Varejo no Brasil – Gestão e Estratégias**. São Paulo: Atlas, 2014.
PESSOA; Carlos. **Negociação Aplicada**: Como Utilizar as Táticas e Estratégias para Transformar Conflitos Interpessoais em Relacionamentos Cooperativos. São Paulo: Atlas, 2008
REILLY, Léo. **Como se Sair Bem em Uma Negociação**. Madras, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MICHAELSON, Gerald A. **Sun Tzu – Estratégias de Vendas**. Editora Makron Books, 2005.
NEVES, Marcos Fava; CASTRO, Luciano Thome E. **Administração de Vendas**: planejamento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2005.
TEIXEIRA, Elson A; TOMANINI, Claudio; MEINBERG, Jose Luiz, PEIXOTO, Luiz Carlos. **Gestão de Vendas**. Editora FGV, 2004.
THULL, Jeffrey. **Gestão de Vendas Complexas**. Editora Saraiva, 2007.
WANKE, Peter; JULIANELLI Leonardo. **Previsão de Vendas**: Processos Organizacionais & Métodos Quantitativos e Qualitativos. São Paulo: Atlas, 2006.



ATENDIMENTO AO CLIENTE

OBJETIVOS:

Preparar o aluno para atividades de atendimento a clientes em empresas de diversos portes e segmentos econômicos. Apresentar a importância do atendimento ao público de qualidade e técnicas para alcançar excelência no atendimento.

EMENTA

- Modalidades de atendimento ao cliente
- Técnicas de atendimento ao cliente
- Atendimento a diferentes públicos
- Perfil dos profissionais de atendimento
- Marketing Pessoal
- Noções de Gestão de Relacionamento: Customer Relationship Management – CRM
- Rotinas administrativas
- Canais de atendimento
- Gerenciamento do tempo
- Competências socioemocionais: criatividade, comunicação, organização, proatividade, capacidade de trabalhar em equipe.

COMPETÊNCIAS:

- Compreender a importância da qualidade do atendimento ao público;
- Conhecer os elementos de uma boa comunicação;
- Identificar o perfil do público que atende e as suas principais demandas;
- Compreender as técnicas mais adequadas para cada tipo de atendimento.

HABILIDADES:

- Utilizar técnicas de atendimento ao cliente.
- Planejar estratégias de atendimento em situações diversas.
- Utilizar equipamentos e recursos tecnológicos para atendimento ao cliente.
- Proporcionar um atendimento de qualidade aos clientes.
- Aplicar técnicas adequadas ao fluxo da informação.
- Aplicar técnicas de marketing pessoal para

BASES TECNOLÓGICAS:

- Atendimento ao cliente interno e externo em suas diversas modalidades: pessoal, telefônico, eletrônico.
- Técnicas de atendimento ao cliente
- Atendimento: Conceito, funcionalidades e importância. Diferença de Atendimento e Tratamento. Princípios e ações para um bom atendimento
- Atendimento a públicos diferenciados e suas



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

	melhor atendimento aos clientes e desenvolvimento de competências socioemocionais.	especificidades (pessoas com deficiência e idosos, por exemplo) • Perfil dos profissionais de atendimento • Conceito e evolução Marketing Pessoal; • Ferramentas para o Marketing Pessoal; • Desenvolvimento de habilidades (percepção, convívio social, profissional, liderança e carisma). • Customer Relationship Management – CRM: características, Arquitetura e Conceitos. Estratégias de Aplicação de CRM. Etapas da aplicação de CRM. • Rotinas administrativas • Canais de atendimento • Gerenciamento do tempo • Competências socioemocionais: criatividade, comunicação, organização, proatividade, capacidade de trabalhar em equipe.
--	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

GUERRA, P. **O ciclo de vendas**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2006.
CHIAVENATO, I. **Administração de Vendas**. Campus, 2005.
KOTLER, P. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
PERFORMANCE RESEARCH ASSOCIATES. **Atendimento nota 10**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
SWIFT, Ronald. **CRM - Customer Relationship Management: o revolucionário Marketing de Relacionamento com o Cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

COBRA, M. **Administração de marketing no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Marcos Cobra, 2005.
CONTURSI, E.B. **Promoção de vendas**. Rio de Janeiro: Sprint, 2003.
DIAS, S. (Org.). **Gestão de Marketing**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
MCKENNA, Regis. **Marketing de relacionamento: estratégias bem-sucedidas para a era do cliente**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.



PREDEBON, J. **Inovação no varejo: o que faz o lojista criativo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
ROCHA, J.V. **Fundamentos de vendas & varejo**. Rio de Janeiro: Rio, 2005.

3ª Série

E-COMMERCE

OBJETIVOS:

Conhecer os conceitos básicos de *e-commerce* e das técnicas de vendas para posicionamento estratégico de uma empresa, seja em ambientes físicos ou virtuais.

EMENTA

- Evolução do Comércio.
- Economia digital.
- Conceito de *e-commerce*.
- Classificação e tipos de *e-commerce*.
- Vantagens do *e-commerce* para os Clientes.
- Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.
- Comportamento do consumidor e mercado.
- Segurança nas Transações de *e-commerce*.
- Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.
- Técnicas de vendas em ambientes virtuais.
- *Business to business (B2B)*; *business-to-consumer (B2C)*; *consumer to consumer (C2C)*.
- *E-Marketing*.
- *Live marketing*.
- Logística aplicada ao *e-commerce*.
- Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.

COMPETÊNCIAS:

- Compreender os conceitos de *e-commerce* e *e-business*.
- Ser capaz de realizar correto planejamento para posicionamento de uma empresa em quaisquer ambientes (físicos ou virtuais)

HABILIDADES:

- Conhecer aspectos relacionados à segurança de aplicações comerciais para a Web e oferecer uma visão geral das principais tecnologias usadas no setor.
- Identificar os principais modelos de negócio

BASES TECNOLÓGICAS:

- Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.
- Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.
- Conceito de *e-commerce*
- Classificação e tipos de *e-commerce*.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

	utilizados na Internet com e-commerce. • Conhecer as melhores práticas do setor de e-commerce.	• Vantagens do <i>e-commerce</i> para os Clientes. • Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente. • Comportamento do consumidor e mercado. • Segurança nas Transações de <i>e-commerce</i>. • Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web. • Técnicas de vendas em ambientes virtuais. • <i>Business to business; business-to-consumer; consumer to consumer.</i> • <i>E-Marketing.</i> • <i>Live marketing.</i> • Logística aplicada ao e-commerce. • Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos. • Comportamento do consumidor e mercado, • Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico. • Tipos de <i>e-commerce</i> e estudo de empresas líderes do setor.
--	---	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico**. 6ed. São Paulo: Atlas, 2010.
TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Comércio Eletrônico**. Editora SENAC.2001.
NETO, Guedes. NETO, Dorgival. **Sistemas de Comércio Eletrônico**. Rio de Janeiro, Campus. 2002.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FELIPINI, Dailton. **Empreendedorismo na Internet**. Brasport, 2010.
GRAHAM, Mark. Geografias Warped de Desenvolvimento: A Internet e Teorias do Desenvolvimento Econômico. **Geografia Compass**, v. 2, n. 3, 2008.doi: 10.1111/j.1749-8198.2008.00093.x
KOTLER, Philip. **Gestão de Marketing**. Pearson: Prentice-Hall, 2009.
MILLER, Roger. **O Hoje Legal e E-Commerce Ambiente** (Hardcover ed.). Thomson Learning, 2002.
CLAUDIO, Dias. **Usabilidade na WEB**. 2ªEd. Elsevier. 2007



ADMINISTRAÇÃO DE LOGÍSTICA

OBJETIVOS:

Transmitir conceitos sobre a Logística e discutir sobre o desenvolvimento de novos processos ou a melhoria de processos existentes. Desenvolver a capacidade analítica e prescritiva dos alunos para que possam compreender a utilidade e aplicabilidade logística. Relacionar teoria e prática sobre a realidade da temática estudada, os gargalos existentes, as necessidades e perspectivas futuras. Capacitar o aluno a realizar uma análise crítica sobre as atividades logísticas.

EMENTA

- Histórico e evolução logística.
- Cadeia de abastecimento.
- Logística integrada.
- Fluxos e processos logísticos.
- Logística na economia globalizada.
- Aspectos da logística reversa.
- Cadeia de suprimento globalizada.
- A gestão de transportes e movimentação;
- A gestão de estoques e armazenagem; A gestão da informação e o ciclo de pedidos.
- Abrangência do uso da TI na gestão da cadeia de suprimentos.
- Utilização de Softwares e Hardwares na gestão da cadeia de suprimentos.
- Noções introdutórias sobre administração de materiais e recursos patrimoniais
- Princípios de logística de entrada, de compras, de logística de apoio à produção, armazenagem, gerenciamento de estoques, distribuição física, e transportes.
 - Terceirização e colaboração em logística.
 - Logística na economia globalizada.
 - Aspectos da logística reversa.
 - Cadeia de suprimento globalizada.
 - A gestão de transportes e movimentação;
 - A gestão de estoques e armazenagem; A gestão da informação e o ciclo de pedidos.
 - Abrangência do uso da TI na gestão da cadeia de suprimentos.
 - Utilização de Softwares e Hardwares na gestão da cadeia de suprimentos.
 - Noções introdutórias sobre administração de materiais e recursos patrimoniais.

COMPETÊNCIAS:

HABILIDADES:

BASES TECNOLÓGICAS:



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

• Apontar os principais conceitos de logística. • Definir as operações e atividades logísticas. • Desenvolver os conhecimentos e habilidades acerca da gestão da cadeia de suprimentos. • Conhecer noções de logística reversa e logística internacional. • Desenvolver e aplicar a administração de materiais nas empresas modernas. • Planejar e monitorar a gestão de estoques de materiais.	• Correlacionar à história e evolução da logística. • Analisar a importância e os objetivos da logística. • Identificar as atividades de apoio da logística e reconhecer seus conceitos e características. • Perceber os impactos dos prestadores de serviços logísticos nas atividades da empresa. • Relacionar os principais aspectos da Logística Reversa. • Discutir os principais aspectos da Logística Internacional. • Propiciar o conhecimento dos processos mercadológicos que visem apoiar sistemas contínuos para obtenção de dados sobre o desempenho do mercado.	• Evolução, objetivos, importância e conceitos de logística e <i>supply chain management</i>. • Operações logísticas: suprimento, apoio à produção e distribuição física. • Atividades chaves da logística: Serviço ao cliente, processamento de pedidos, gestão de estoques e transportes. • Atividades de apoio da logística: armazenagem, manuseio de materiais, aquisição, embalagem, programação da produção e gestão de informações. • Noções de logística reversa de pós-consumo e de pós-venda. • Noções de logística internacional. • Sistemas de Informações em logística. • Evolução e conceitos da administração de materiais.
---	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2010.

SENAI-SP. **Operações logísticas**. 1ª ed. São Paulo: SENAI-SP, 2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: criando redes que agregam valor**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.



DIREITO COMERCIAL

OBJETIVOS:

Desenvolver no aluno noções básicas de direito comercial. Compreender os aspectos legais das empresas e suas diferentes modalidades de atuação.

EMENTA

- História do Direito Comercial.
- Introdução ao Direito Comercial.
- Comerciante Individual.
- Direito Societário.
- Direito Tributário (conceitos, princípios, espécies, competência e capacidade ativa).
- Sociedades em Espécie.
- Desaparecimento das Sociedades.
- Mercado.
- Direito do Consumidor.
- Função Econômica dos Títulos de Crédito.

COMPETÊNCIAS:

- Conhecer aspectos gerais das obrigações profissionais dos empresários comerciais, noções gerais das sociedades comerciais, bem como ter uma visão ética e geral do Direito e sua potencial utilização na gestão empresarial.
- Correlacionar o significado dos tributos e suas abrangências.
- Estimular a capacidade de análise, domínio de conceitos e terminologia jurídica, argumentação, interpretação e valorização dos fenômenos jurídicos.

HABILIDADES:

- Aplicar na prática os conceitos básicos de direito empresarial e comercial nas rotinas administrativas.
- Conhecer o Direito Comercial, sua relação com diversos ramos do Direito, direitos e deveres.
- Leitura, compreensão e elaboração de textos, atos e documentos jurídicos ou normativos, com a devida utilização das normas técnico-jurídicas.
- Pesquisa e utilização da legislação, da jurisprudência, da doutrina e de outras fontes do Direito.
- Identificar os principais impostos e tributos e sua aplicação nos documentos fiscais.

BASES TECNOLÓGICAS:

- História do Direito Comercial
- Introdução ao Direito Comercial: Conceitos. Objeto; Comércio. Características; Comerciante Individual. Direitos e Deveres.
- Noções de Direito Societário: Conceitos. Personalidade Jurídica e Desconsideração; Ato Constitutivo; Espécies Societárias.
- Caracterização dos tipos de empresas.
- Normas legais em relação ao nome empresarial.
- Sociedades por quotas e Responsabilidade Limitada
- Sociedade Anônima
- Desaparecimento da Sociedade Comercial: Liquidação e Extinção.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

		Noção. Efeitos. Formalidades; Falência e Concordata. Noção. Cabimento. Efeitos. Requisitos Legais. • Mercado: Origem. Noção; Categorias. Atomicidade. Títulos de Crédito. • Direito do Consumidor. Noção; Limites Contratuais; Publicidade; Sanções. • Definição e aplicabilidade dos tributos. • Diferença entre competência tributária e capacidade ativa tributária. • Sujeito passivo e ativo na relação tributária.
--	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CONTRIM, Gilberto. **Direito Fundamental, Instituições de Direito Público e Privado**. São Paulo: Saraiva, 2009.
COELHO, Fabio Ulhoa. **Manual de Direito Comercial - Direito de Empresa**. 28ª Ed. São Paulo: RT, 2016.
MAMEDE, Gladston. **Manual de Direito Empresarial**. 11ª Ed. São Paulo: Atlas, 2016.
NEGRÃO, Ricardo. **Curso de Direito Comercial e de Empresa - Vol. 1**. 13ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BULGARELLI, Waldirio. **Direito empresarial moderno**. Rio de Janeiro: Forense, 1992.
COMPARATO, F. K. **Direito empresarial**. Rio de Janeiro: Saraiva, 1995.
DE PLÁCIDO E SILVA. **Noções práticas de direito comercial**. Rio de Janeiro: Forense, 1992.
DAHER, Juliana Tessolini, BRANCHIER, Alexsander. **Direito e Legislação aplicada**. São Paulo: IBPEX, 2006.

GESTÃO DE PRODUÇÃO E QUALIDADE

OBJETIVOS:

Capacitar o aluno a adotar ações para a melhoria da qualidade dos resultados da organização.



EMENTA

- O enfoque da disciplina está na Qualidade Total, na melhoria contínua dos processos e nos sistemas de qualidade e produção, como instrumentos estratégicos da administração de negócios.
- A sua abordagem é a de mostrar como os instrumentos de aperfeiçoamento contínuo tanto de bens e serviços, como também da gestão do negócio, podem ser meios eficientes para melhorar a competitividade da empresa no mercado local e internacional.

COMPETÊNCIAS:

- Desenvolver métodos de apoios para melhorias organizacionais.
- Aplicar as ferramentas da qualidade e o ciclo PDCA como ferramenta para solução e melhorias.
- Compreender os processos de certificação.
- Planejar, organizar, coordenar e controlar as etapas da qualidade.

HABILIDADES:

- Aplicar conceitos da qualidade do produto, processo e organização, localizando a ISO 9000 no contexto da qualidade.
- Identificar e aplicar ferramentas da qualidade usando o PDCA nos processos de mudanças da organização.
- Aplicar técnicas de gestão na solução de problemas, buscando a qualidade dos serviços conforme as normas internas da organização.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Fundamentos históricos, evolução e conceituação da qualidade e produção.
- Qualidade da organização.
- Compreensão das ferramentas gerenciais e operacionais da qualidade.
- *Brainstorming* e 5w2h.
- Certificação de sistemas de gestão de qualidade.
- Sistemas informatizados de gestão da qualidade.
- Medidas de desempenho e custos da qualidade.
- Normas ISO.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MOREIRA D.A. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira; 2004.
OLIVEIRA, M.; SHIBUJA, K. **ISO9000**: guia de implantação. São Paulo: Atlas, 1996.
PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre R. **Administração da produção**: operações industriais e de serviços. Curitiba: UnicenP, 2007.
RUSSOMANO, Victor Henrique. **Planejamento e controle da produção**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1995.
SLACK, N. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CORREA, Henrique L. **Just-in Time, MRP II, OPT**: um enfoque estratégico. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1993.
HAMMER, Michael: **Além da reengenharia**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.



PRINCÍPIOS E TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO

OBJETIVOS:

Desenvolver conhecimentos e competências de negociação, despertando o interesse dos estudantes para o aprofundamento do uso da negociação na sua prática profissional e vida pessoa.

EMENTA

- Introdução ao estudo de negociações.
- Princípios da negociação.
- Negociação como método de resolução de conflitos.
- Estratégias e táticas de barganha.
- Negociações corporativas.
- Desenvolvimento de uma estratégia de negociação.
- Criatividade e resolução de problemas em negociações.
- Negociações B2B e B2G
- Integração entre a teoria e a vivência da prática profissional.
- Ética nos negócios.

COMPETÊNCIAS:

- Compreender negociação como um processo.
- Reconhecer o impacto de suas ações e comportamentos nos resultados e relacionamentos obtidos nas negociações.
- Ser capaz de planejar uma estratégia e todo o processo de negociação no diversos ambiente organizacional e internacional.
- Conduzir negociações de maneira ética e eficaz.

HABILIDADES:

- Identificar as fases de uma negociação
- Diferenciar os tipos de negociação
- Relacionar as reações emocionais presentes a uma negociação
- Relacionar as principais barreiras ao processo de negociação
- Planejar uma negociação
- Identificar seus principais pontos fortes como negociador
- Utilizar técnicas e táticas de negociações, que visem aumentar a confiança nas transações.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Introdução ao estudo de negociações.
- Princípios da negociação.
- O processo de negociação para compra e venda.
- Negociação como método de resolução de conflitos.
- Perspectiva sistêmica e modelo integrado de negociação.
- Desenvolvimento de uma estratégia de negociação: Planejamento de negociação; Negociação e o processo decisório.
- Relações Interpessoais e a importância da comunicação para a negociação.
- Criatividade e resolução de problemas em negociações.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

- Negociações B2B e B2G: transações entre empresas e entre empresa e governo.
- Ética nos negócios: princípios (confiança, honestidade, integridade, lealdade, respeito); benefícios tangíveis e intangíveis, conduta ética nos negócios.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

DALLEDONNE, J. **Negociação**. Rio de Janeiro: LTC, 2009.
DEDINI, T. M. **Marketing, Vendas e Técnicas de Negociação**. Curitiba: IFPR, 2016.
ERTEL, D.; GORDON, M. **Negociação**. São Paulo: Makron Books, 2009.
LEWICK, R. L.; SAUNDERS, D. M.; MINTON, J. W. **Fundamentos da Negociação**. Porto Alegre: Bookman, 2002.
MARTINELLI, D. P.; ALMEIDA, A. P. **Negociação e solução de conflitos**. São Paulo: 1. ed. 8 reimpressões. Atlas, 1998.
MARTINELLI, Dante P. **Negociação Empresarial: enfoque sistêmico e visão estratégica**. São Paulo: Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ANDRADE, R.; ALYRIO, R.; MACEDO, A. **Princípios de negociação: ferramentas e gestão**. São Paulo: Atlas, 2007.
BOMMER, William H; BALDWIN, Timothy T; RUBIN, Robert S. **Desenvolvimento de habilidades gerenciais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
EKMAN, Paul. **A Linguagem das Emoções**. Rio de Janeiro: Lua de Papel, 2011
GOLEMAN, Daniel. **Foco: a atenção e seu papel fundamental para o sucesso**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2014
KOTLER, Philip; LEE, Nancy; RITTER, Jorge. **Marketing social: influenciando comportamentos para o bem**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

COMÉRCIO INTERNACIONAL

OBJETIVOS:

Formar uma visão geral sobre as práticas do comércio exterior, seus reflexos sobre o comportamento das organizações empresariais e das Nações e analisar as relações que se estabelecem no mercado internacional globalizado, respeitados os acordos entre os blocos econômicos regionais e as condicionantes dos órgãos reguladores visando a preparar futuros profissionais para atuar nessa área específica.



EMENTA

- Identificação da linguagem técnica, bem como dos procedimentos requeridos para as principais operações de comércio exterior.
- Teoria e metodologia do comércio internacional.
- Teoria da política comercial.
- Teoria monetária de comércio internacional.
- Blocos regionais.
- Balança comercial.
- Movimento de capital e liquidez internacional.

COMPETÊNCIAS:

- Reconhecer e aferir a importância dos principais blocos de integração econômica existentes nas diferentes áreas geográficas.
- Nortear no que se refere ao processo de abertura e liberação do comércio internacional do Brasil frente a outras nações.
- Entender como as organizações empresariais devem se posicionar em relação ao comércio exterior.
- Conhecer os códigos de negociação no comércio exterior, principais documentos e os órgãos responsáveis pela sua administração no Brasil e no exterior.
- Situar o posicionamento do Brasil nas relações internacionais e de comércio exterior;

HABILIDADES:

- Formar uma visão geral sobre as práticas do comércio exterior, seus reflexos sobre o comportamento das organizações empresariais e das Nações e analisar as relações que se estabelecem no mercado internacional globalizado, respeitados os acordos entre os blocos econômicos regionais e as condicionantes dos órgãos reguladores visando a preparar futuros profissionais para atuar nessa área específica.
- Entender como as organizações empresariais devem se posicionar em relação ao comércio exterior.
- Conhecer os códigos de negociação no comércio exterior, principais documentos e os órgãos responsáveis pela sua administração no Brasil e no exterior.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Rotinas aduaneiras de exportação e importação.
- Analisar o desenvolvimento do comércio internacional e o papel da OMC como entidade reguladora.
- Sistemática de importação e exportação.
- Legislação aduaneira aplicada.
- Sistemática cambial brasileira.
- Transportes e seguros internacionais.
- Técnicas de negociações internacionais.
- Estratégia e internacionalização de empresas.
- Movimentação e armazenagem.
- Tópicos especiais em comércio exterior.
- Benchmarking



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

	• Situar o posicionamento do Brasil nas relações internacionais e de comércio exterior. • Conhecer os principais blocos comerciais regionais, entender como se constituem, sua finalidade e seu estatuto jurídico. • Entender como se processa o fechamento de uma operação de comércio exterior. • Ver “in loco” o passo a passo de uma operação de comércio exterior, por meio de visita a uma empresa exportadora.	
--	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

TRIPOLI, Ângela C. K.; PRATES, Rodolfo C. **Comércio internacional teoria e prática**. Curitiba: Editora InterSaberes, 2016.
MAIA, Jayme de Mariz. **Economia Internacional e Comércio Exterior**. 13 Ed. São Paulo: Atlas, 2013.
VASQUEZ, José Lopes. **Comércio Exterior Brasileiro**. 10 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.
DIAS, Reinado; RODRIGUES, Waldemar. **Comércio Exterior: Teoria e Gestão**. 3 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

SEGRE, German. **Manual Prático de Comércio Exterior**. 4 Ed. São Paulo: Atlas, 2012.
KEEDI, Samir. **ABC do Comércio Exterior**. 4ª ed. São Paulo: Aduaneiras, 2011.
RODRIGUES, Waldemar & Dias, Reinaldo. **Comércio Exterior: Teoria e Gestão**. 3 Ed. São Paulo: Atlas 2012.
CAVALCANTI, D. de S. B. **Evolução teórica do comércio internacional e a sistemática brasileira do comércio exterior**. 1ª ed. São Paulo: Aduaneiras, 1995.
MALUF, Sâmia Nagib. **Administrando o comércio exterior do Brasil**. São Paulo: Aduaneiras, 2001.
LUNARDI, Ângelo Luiz. **Operações de Câmbio e Pagamentos Internacionais no Comércio Exterior**. São Paulo, Ed. Aduaneiras, 2000.
RATTI, Bruno. **Comércio Internacional e Câmbio**. 11 Ed. São Paulo: Aduaneiras. 2006.



ANÁLISE DE CRÉDITO E COBRANÇA

OBJETIVOS:

Conhecer e saber analisar a concessão e os riscos de créditos e financiamentos, bem como os procedimentos para cobrança e outras obrigações contratuais.

EMENTA

- Conceitos sobre crédito.
- Formas mais comuns de crédito comercial para pessoa física.
- Os tipos de crédito comercial para pessoas jurídicas.
- Técnica de coleta de dados e ficha cadastral.
- Políticas de Crédito.
- Sistemas de crédito e cobrança
- Técnicas de Análise de Crédito.
- Risco de Crédito.
- Técnicas de Cobrança.
- Organização do Setor de Crédito e Cobrança.
- Causas e tipos de inadimplência.
- Operações financeiras: Legislação e normas regulamentadoras;
- Tecnologias de informática

COMPETÊNCIAS:

- Conhecer o processo de crédito e cobrança
- Desenvolver parâmetros e estratégias destinados ao recebimento com menor custo e melhor ganho comercial.
- Aprender as características operacionais e legais dos Sistemas de Crédito e Cobrança.

HABILIDADES:

- Identificar e saber atuar considerando as políticas de crédito e cobrança,
- Identificar e caracterizar sistemas de crédito e cobrança.
- Identificar soluções negociais e jurídicas para o problema dos atrasos de pagamento.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Conceitos sobre crédito: *Conceito de crédito, Custo do crédito, 5 Cs do crédito.*
- Formas mais comuns de crédito comercial para pessoa física: *Cheque especial, Cartão de crédito, CDC, Crédito pessoal, Desconto de cheques, Desconto de nota promissória, Fiança bancária, Adiantamento de 13º salário, Financiamento imobiliário, Refinanciamento de bens, Análise de Crédito e Cobrança Leasing, Microcrédito, Crédito*



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

		<i>consignado, Cartão de crédito consignado.</i> • Os tipos de crédito comercial para pessoas jurídicas: <i>Antecipação de crédito ao lojista, Capital de giro, Capital de giro rotativo, Capital de giro fixo, Vendor, Cheque especial empresarial, Cartão de crédito, Conta garantida, Desconto de cheques pré-datados, Desconto de nota promissória, Desconto de duplicatas/boletos, Adiantamento de 13º salário, Financiamento de bens, Finame, Leasing, Leasing operacional, Lease back, Operações de câmbio, ACC – Adiantamento sobre contratos de câmbio, ACE – Adiantamento sobre cambiais entregues, Crédito para importação.</i> • Técnica de coleta de dados e ficha cadastral. • Política de crédito e cobrança da empresa: <i>Como elaborar a política de créditos, Objetivo da política de créditos.</i> • Sistemas de crédito e cobrança • Técnicas de Análise de Crédito: <i>Subjetiva, Credit Score, Técnica dos C's (Caráter, Capacidade, Capital, Collateral, Condições)</i> • Risco de Crédito: <i>Crédito e risco, crédito e finanças, risco de crédito,</i>
--	--	--



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria de Estado da Educação
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional
Gerência de Ensino Médio

		<i>processos de análise de risco.</i> • Procedimentos de Cobrança. • Cobrança por empresas terceirizadas. • Organização do Setor de Crédito e Cobrança. • Causas e tipos de inadimplência. • Operações financeiras: Legislação e normas regulamentadoras; • Tecnologias de informática existentes para Crédito e cobrança.
--	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

LEONI, Geraldo; Leoni Evandro Geraldo. **Cadastro, Crédito e Cobrança**. 3ªed. São Paulo: Atlas 1998.

SANTOS, José Odálio dos. **Análise de Crédito**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SEBBEN, Renivaldo José. **Análise de Crédito e Cobrança**. 1ª ed. São Paulo: Novatec Editora, 2020.

SILVA, José Pereira. **Gestão e análise de risco de crédito**. 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHIAVENATO, I. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Campus, 2009.

VIEIRA, Marcos Villela. Adm. **Estratégica do Capital de Giro**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 12ª ed. São Paulo: Harbra, 2010.