



## ORGANIZAÇÃO DO CURRÍCULO

Educação Profissional Técnica de Nível Médio com Habilitação em

### Técnico em Comércio

EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios

30 aulas semanais

## COMPONENTES CURRICULARES DE APROFUNDAMENTO CURSO TÉCNICO EM COMÉRCIO

### 1ª Série

TEORIA GERAL DA ADMINISTRAÇÃO		
<b>OBJETIVOS:</b>  Desenvolver a capacidade de atuar nos processos administrativos, aprimorar técnicas e habilidades para que possa melhorar o pensamento e o desempenho profissional.		
<b>EMENTA</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Organização e Administração: conceitos, objetivos e funções organizacionais.</li><li>• Abordagens da Teoria Geral da Administração.</li><li>• Abordagem contemporânea do Século XXI.</li><li>• Processo de organização (divisão de trabalho, autoridade, centralização e descentralização, estrutura organizacional, organograma e fluxograma).</li><li>• PDCO.</li><li>• Planejamento, comunicação, liderança, execução e controle.</li><li>• Conceitos básicos e aspectos gerais dos temas na organização.</li><li>• Administração e suas Perspectivas com suas possibilidades profissionais na área de Marketing.</li></ul>		
<b>COMPETÊNCIAS:</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar e avaliar tipos e modelos de planejamento, buscando atualização e inovação.</li><li>• Correlacionar e definir planejamento estratégico, planejamento tático e plano diretor.</li><li>• Definir o padrão e a natureza das informações a serem levantadas nos</li></ul>	<b>HABILIDADES:</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Organizar dados e informações para o planejamento estratégico, tático.</li><li>• Elaborar organogramas gerais e funcionogramas, visando à definição dos parâmetros das delegações de funções e os limites de responsabilidades.</li></ul>	<b>BASES TECNOLÓGICAS:</b>  <ul style="list-style-type: none"><li>• Conceitos de formação da organização.</li><li>• Sistemas de organogramas, fluxogramas e demais representações gráficas dos processos de delegações e atribuições de funções.</li><li>• Sistemas e procedimentos de controles internos</li></ul>



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.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicar procedimentos necessários para operacionalização das atividades planejadas.</li><li>• Aplicar técnicas de suporte aos sistemas burocráticos e operacionais no tocante à formalização e documentação do planejamento.</li><li>• Organizar plano de distribuição de trabalho, acompanhar a qualidade da execução e observar prazos na elaboração do planejamento.</li></ul>	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).



<b>COMPETÊNCIAS:</b>	<b>HABILIDADES:</b>	<b>BASE TECNOLÓGICA:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer processos de recrutamento e seleção.</li><li>• Conhecer o processo de avaliação de desempenho.</li><li>• Conhecer processos motivacionais.</li><li>• Correlacionar a política de RH com manutenção, desenvolvimento e monitoramento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender o plano de cargos e salários.</li><li>• Desenvolver competências na área de procura ativa de emprego e gestão de carreira.</li><li>• Desenvolver o S.I.</li><li>• Desenvolver plano de benefícios (Motivação e Endomarketing).</li><li>• Discutir a relevância e as ofertas de formação ao longo do ciclo vital.</li><li>• Elaborar desenho de cargos e salários.</li><li>• Elaborar o banco de dados.</li><li>• Elaborar relatório de auditoria.</li><li>• Elaborar um planejamento de recursos humanos.</li><li>• Perceber a necessidade de treinamento.</li><li>• Socialização dentro do processo de obtenção de pessoal.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• O novo desafio para a competitividade: gestão de pessoas.</li><li>• Globalização.</li><li>• Implicações para a natureza da competição.</li><li>• Implicações para o gestor de RH, como profissão.</li><li>• Teoria e prática da gestão de aprendizagem organizacional.</li><li>• Valorização do patrimônio intelectual da organização.</li><li>• Sistema de recursos humanos.</li></ul>
<b>BIBLIOGRAFIA BASICA:</b>		
<p>COSTA, Érico da Silva. <b>Gestão de Pessoas</b>. Curitiba: Editora do Livro Técnico; 2010. MARRAS, Jean Pierre. <b>Administração de Recursos Humanos</b>. São Paulo: Ed. Saraiva, 14 ed., 2011.</p>		
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b>		
<p>CHIAVENATO, Idalberto. <b>Recursos Humanos</b>. Ed. Compacta. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998. MORGAN, G. <b>Imagens da Organização</b>. São Paulo: Atlas, 1997. VROOM, V.H. <b>Gestão de pessoas, não de pessoal</b>. Rio de Janeiro: Campus, 1997.</p>		



## 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

### HABILIDADES:

- Desenvolver noções preliminares de contabilidade.
- Compreender as funções da contabilidade.
- Estrutura Patrimonial.

### BASES TECNOLÓGICAS:

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



<p>mesmos para a tomada de decisão no âmbito empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterizar e diferenciar planejamentos tributário, financeiro e contábil.</li><li>• Identificar e analisar fundamentos, conteúdo, sentido e importância do planejamento tributário.</li><li>• Interpretar os objetivos dados e informações do planejamento tributário.</li><li>• 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.</li><li>• Identificar e caracterizar pontos essenciais de uma política financeira e sua utilidade para executores e usuários.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer os procedimentos contábeis.</li><li>• Compreender a política de crédito e cobrança.</li><li>• Organizar serviços específicos a serem executados para elaboração do planejamento financeiro e tributário.</li><li>• 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.</li></ul>	<p>despesa, receita, equação patrimonial.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Contas: Lançamentos contábeis.</li><li>• Mecânica contábil.</li><li>• Livros contábeis e fiscais.</li><li>• Sistemas de controle contábil de estoques.</li><li>• Administração de capital de giro: conceitos, disponibilidades, duplicatas a receber, estoques.</li><li>• Fluxo de caixa.</li><li>• Sistemas e Métodos de planejamento.</li><li>• Planejamento e execução financeira.</li><li>• Princípios e normas contábeis.</li><li>• Componentes básicos da contabilidade: ativo, passivo, despesa, receita, equação patrimonial.</li><li>• Lançamentos contábeis; Mecânica contábil: variações patrimoniais, contabilização das transações e balancete.</li><li>• Livros contábeis e fiscais.</li><li>• Sistemas de controle contábil de estoques.</li><li>• Depreciação: conceitos e principais métodos.</li></ul>
--	--	--

#### 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.



--

## 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.

### 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.



- Avaliar o impacto do risco das taxas de juros e das taxas de câmbio, nas políticas financeiras.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

ASSAF NETO, Alexandre. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo: Atlas.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Introdução à administração financeira: texto e exercícios**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, c2011. xi, 303 p

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12. 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**. 6. 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**. 3. 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:**

**HABILIDADES:**

**BASES TECNOLÓGICAS:**





<ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer, identificar e comparar diversos conceitos do <i>marketing</i>.</li><li>• Identificar os tipos de <i>marketing</i>.</li><li>• Elaborar projetos de <i>marketing</i>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Avaliar, saber definir e diferenciar as funções dos diferentes conceitos de <i>marketing</i> e suas potencialidades.</li><li>• Aplicar os conhecimentos de <i>marketing</i> no micro e macro ambiente da empresa.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado (externo e interno) - segmentação de mercado.</li><li>• Formas de abordagem de mercado.</li><li>• Etapas de processo de segmentação, potencial e demanda de mercado.</li><li>• Estratégias de posicionamento do mercado.</li><li>• Mix de mercado; (4p'S, 4c'S, 4 A'S)</li><li>• Público-Alvo.</li></ul>
---	---	--

#### **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.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

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

RICHERS, 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.

<b>COMPETÊNCIAS:</b>	<b>HABILIDADES:</b>	<b>BASES TECNOLÓGICAS:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender as variáveis macro e macroeconômicas, políticas e sociais relacionadas com a atividade de comercialização de bens e serviços no varejo.</li><li>• 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.</li><li>• Identificar e relacionar parâmetros que afetam a atuação comercial no varejo.</li><li>• Identificar as diversas estratégias no varejo de marketing, de armazenamento e distribuição física, de compra e venda, pós-venda.</li><li>• Compreender os principais conceitos e bases teóricas das técnicas de vendas nos diferentes tipos de negócios e organizações.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar e interpretar variáveis macro e macroeconômicas, políticas e sociais relacionadas com a atividade de comercialização de bens e serviços no varejo.</li><li>• Aplicar as técnicas de vendas nos diferentes tipos de negócios e organizações varejistas.</li><li>• Conduzir de forma adequada o atendimento ao consumidor do mercado varejista.</li><li>• Adequar a organização do estabelecimento comercial e os recursos necessários para funcionamento aos objetivos estabelecidos.</li><li>• Definir parâmetros para negociação de compra e venda no varejo.</li><li>• Pesquisar continuamente e criar novas alternativas de trabalho, em todas as subfunções comerciais varejistas,</li><li>• Planejar processo de vendas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Métodos e técnicas de planejamento da gestão varejista.</li><li>• 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.</li><li>• Métodos e técnicas para identificação das variáveis de comunicação empresarial varejista: propaganda, publicidade, promoção de venda, relações públicas e outras.</li><li>• Métodos e técnicas para identificação das variáveis de preço: preço básico, descontos, prazos, impostos, fretes e outras.</li><li>• Varejo: novos desafios.</li><li>• Estratégia de gestão de varejo.</li><li>• Segmento de mercado.</li><li>• Formato de varejo.</li><li>• Elementos do composto de varejo.</li><li>• Preços, descontos e análise de lucratividade.</li><li>• Expectativas/percepções dos consumidores.</li><li>• Estruturação da Equipe de vendas e seu funcionamento.</li><li>• Liderança – motivando a equipe.</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender o conceito da motivação da força de vendas.</li><li>• Assimilar os conceitos de qualidade no atendimento.</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>• Métodos e técnicas para identificação das variáveis de produto varejista: características, design, qualidade, embalagem e outras.</li><li>• Métodos e técnicas para organização de bancos de dados sobre o mercado (sistema de informações sobre o mercado).</li><li>• Plano de marketing: planejamento comercial, organização e estratégia comercial. Marketing Mix.</li><li>• Abordagem e definição da venda.</li><li>• Gestão estratégica de vendas.</li><li>• Tipos de clientes.</li><li>• Avaliação e aspectos comportamentais dos vendedores.</li><li>• Definição de metas e análise dos resultados.</li><li>• As técnicas modernas de vendas e pós-vendas</li><li>• Estratégias de persuasão</li></ul>
---	--	---

#### **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.

### 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



	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicar técnicas adequadas ao fluxo da informação.</li><li>• Aplicar técnicas de marketing pessoal para melhor atendimento aos clientes e desenvolvimento de competências socioemocionais.</li></ul>	<p>ações para um bom atendimento</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Atendimento a públicos diferenciados e suas especificidades (pessoas com deficiência e idosos, por exemplo)</li><li>• Perfil dos profissionais de atendimento</li><li>• Conceito e evolução Marketing Pessoal;</li><li>• Ferramentas para o Marketing Pessoal;</li><li>• Desenvolvimento de habilidades (percepção, convívio social, profissional, liderança e carisma).</li><li>• <i>Customer Relationship Management</i> – CRM: características, Arquitetura e Conceitos. Estratégias de Aplicação de CRM. Etapas da aplicação de CRM.</li><li>• Rotinas administrativas</li><li>• Canais de atendimento</li><li>• Gerenciamento do tempo</li><li>• Competências socioemocionais: criatividade, comunicação, organização, proatividade, capacidade de trabalhar em equipe.</li></ul>
--	--	---

**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

<b>E-COMMERCE</b>		
<b>OBJETIVOS:</b>		
Conhecer os conceitos básicos de <i>e-commerce</i> e das técnicas de vendas para posicionamento estratégico de uma empresa, seja em ambientes físicos ou virtuais.		
<b>EMENTA</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>•Evolução do Comércio.</li><li>•Economia digital.</li><li>•Conceito de <i>e-commerce</i>.</li><li>•Classificação e tipos de <i>e-commerce</i>.</li><li>•Vantagens do <i>e-commerce</i> para os Clientes.</li><li>•Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.</li><li>•Comportamento do consumidor e mercado.</li><li>•Segurança nas Transações de <i>e-commerce</i>.</li><li>•Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.</li><li>•Técnicas de vendas em ambientes virtuais.</li><li>•<i>Business to business (B2B); business-to-consumer (B2C); consumer to consumer (C2C)</i>.</li><li>•<i>E-marketing</i>.</li><li>•<i>Live marketing</i>.</li><li>•Logística aplicada ao <i>e-commerce</i>.</li><li>•Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.</li></ul>		
<b>COMPETÊNCIAS:</b>	<b>HABILIDADES:</b>	<b>BASE TECNOLÓGICA:</b>



<ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender os conceitos de e-commerce e e-business.</li><li>• Ser capaz de realizar correto planejamento para posicionamento de uma empresa em quaisquer ambientes (físicos ou virtuais)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer aspectos relacionados à segurança de aplicações comerciais para a Web e oferecer uma visão geral das principais tecnologias usadas no setor.</li><li>• Identificar os principais modelos de negócio utilizados na Internet com e-commerce.</li><li>• Conhecer as melhores práticas do setor de e-commerce.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.</li><li>• Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.</li><li>• Conceito de <i>e-commerce</i></li><li>• Classificação e tipos de e-commerce.</li><li>• Vantagens do <i>e-commerce</i> para os Clientes.</li><li>• Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.</li><li>• Comportamento do consumidor e mercado.</li><li>• Segurança nas Transações de <i>e-commerce</i>.</li><li>• Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.</li><li>• Técnicas de vendas em ambientes virtuais.</li><li>• <i>Business to business; business-to-consumer; consumer to consumer.</i></li><li>• <i>E-marketing.</i></li><li>• <i>Live marketing.</i></li><li>• Logística aplicada ao e-commerce.</li><li>• Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.</li><li>• Comportamento do consumidor e mercado,</li><li>• Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico.</li><li>• Tipos de <i>e-commerce</i> e estudo de empresas líderes do setor.</li></ul>
---	---	---

#### 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.

<b>COMPETÊNCIAS:</b>	<b>HABILIDADES:</b>	<b>BASE TECNOLÓGICA:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Apontar os principais conceitos de logística.</li><li>• Definir as operações e atividades logísticas.</li><li>• Desenvolver os conhecimentos e habilidades acerca da gestão da cadeia de suprimentos.</li><li>• Conhecer noções de logística reversa e logística internacional.</li><li>• Desenvolver e aplicar a administração de materiais nas empresas modernas.</li><li>• Planejar e monitorar a gestão de estoques de materiais.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Correlacionar à história e evolução da logística.</li><li>• Analisar a importância e os objetivos da logística.</li><li>• Identificar as atividades de apoio da logística e reconhecer seus conceitos e características.</li><li>• Perceber os impactos dos prestadores de serviços logísticos nas atividades da empresa.</li><li>• Relacionar os principais aspectos da Logística Reversa.</li><li>• Discutir os principais aspectos da Logística Internacional.</li><li>• Propiciar o conhecimento dos processos mercadológicos que visem apoiar sistemas contínuos para obtenção de dados sobre o desempenho do mercado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Evolução, objetivos, importância e conceitos de logística e <i>supply chain management</i>.</li><li>• Operações logísticas: suprimento, apoio à produção e distribuição física.</li><li>• Atividades chaves da logística: Serviço ao cliente, processamento de pedidos, gestão de estoques e transportes.</li><li>• Atividades de apoio da logística: armazenagem, manuseio de materiais, aquisição, embalagem, programação da produção e gestão de informações.</li><li>• Noções de logística reversa de pós-consumo e de pós-venda.</li><li>• Noções de logística internacional.</li><li>• Sistemas de Informações em logística.</li><li>• Evolução e conceitos da administração de materiais.</li></ul>

**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.** 1ªed. São Paulo: SENAI-SP, 2014.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**



BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. 4. 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

### 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.

### 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.



<p>jurídica, argumentação, interpretação e valorização dos fenômenos jurídicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pesquisa e utilização da legislação, da jurisprudência, da doutrina e de outras fontes do Direito.</li><li>• Identificar os principais impostos e tributos e sua aplicação nos documentos fiscais.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Normas legais em relação ao nome empresarial.</li><li>• Sociedades por quotas e Responsabilidade Limitada</li><li>• Sociedade Anônima</li><li>• Desaparecimento da Sociedade Comercial: Liquidação e Extinção. Noção. Efeitos. Formalidades; Falência e Concordata. Noção. Cabimento. Efeitos. Requisitos Legais.</li><li>• Mercado: Origem. Noção; Categorias. Atomicidade. Títulos de Crédito.</li><li>• Direito do Consumidor. Noção; Limites Contratuais; Publicidade; Sanções.</li><li>• Definição e aplicabilidade dos tributos.</li><li>• Diferença entre competência tributária e capacidade ativa tributária.</li><li>• Sujeito passivo e ativo na relação tributária.</li></ul>
---	--	---

#### **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**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1993.

HAMMER, Michael: **Além da reengenharia**. 1. 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

### **HABILIDADES:**

- Identificar as fases de uma negociação
- Diferenciar os tipos de negociação
- Relacionar as reações emocionais presentes a uma negociação

### **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.



<p>relacionamentos obtidos nas negociações.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ser capaz de planejar uma estratégia e todo o processo de negociação nos diversos ambiente organizacional e internacional.</li><li>• Conduzir negociações de maneira ética e eficaz.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Relacionar as principais barreiras ao processo de negociação</li><li>• Planejar uma negociação</li><li>• Identificar seus principais pontos fortes como negociador</li><li>• Utilizar técnicas e táticas de negociações, que visem aumentar a confiança nas transações.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perspectiva sistêmica e modelo integrado de negociação.</li><li>• Desenvolvimento de uma estratégia de negociação: Planejamento de negociação; Negociação e o processo decisório.</li><li>• Relações Interpessoais e a importância da comunicação para a negociação.</li><li>• Criatividade e resolução de problemas em negociações.</li><li>• Negociações B2B e B2G: transações entre empresas e entre empresa e governo.</li><li>• Ética nos negócios: princípios (confiança, honestidade, integridade, lealdade, respeito); benefícios tangíveis e intangíveis, conduta ética nos negócios.</li></ul>
--	---	--

#### 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 reimpressão. 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

### 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.

### 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.





<p>Brasil frente a outras nações.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Entender como as organizações empresariais devem se posicionar em relação ao comércio exterior.</li><li>• Conhecer os códigos de negociação no comércio exterior, principais documentos e os órgãos responsáveis pela sua administração no Brasil e no exterior.</li><li>• Situar o posicionamento do Brasil nas relações internacionais e de comércio exterior;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entender como as organizações empresariais devem se posicionar em relação ao comércio exterior.</li><li>• Conhecer os códigos de negociação no comércio exterior, principais documentos e os órgãos responsáveis pela sua administração no Brasil e no exterior.</li><li>• Situar o posicionamento do Brasil nas relações internacionais e de comércio exterior.</li><li>• Conhecer os principais blocos comerciais regionais, entender como se constituem, sua finalidade e seu estatuto jurídico.</li><li>• Entender como se processa o fechamento de uma operação de comércio exterior.</li><li>• Ver “in loco” o passo a passo de uma operação de comércio exterior, por meio de visita a uma empresa exportadora.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Transportes e seguros internacionais.</li><li>• Técnicas de negociações internacionais.</li><li>• Estratégia e internacionalização de empresas.</li><li>• Movimentação e armazenagem.</li><li>• Tópicos especiais em comércio exterior.</li><li>• Benchmarking</li></ul>
--	--	--

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

TRIPOLI, Angela 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**. 4 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**. 1 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.

- 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*



		<p><i>Leasing, Microcrédito, Crédito consignado, Cartão de crédito consignado.</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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></li><li>• Técnica de coleta de dados e ficha cadastral.</li><li>• Política de crédito e cobrança da empresa: <i>Como elaborar a política de créditos, Objetivo da política de créditos.</i></li><li>• Sistemas de crédito e cobrança</li><li>• Técnicas de Análise de Crédito: <i>Subjetiva, Credit Score, Técnica dos C's (Caráter, Capacidade, Capital, Collateral, Condições)</i></li><li>• Risco de Crédito: <i>Crédito e risco, crédito e finanças, risco de crédito, processos de análise de risco.</i></li><li>• Procedimentos de Cobrança.</li><li>• Cobrança por empresas terceirizadas.</li></ul>
--	--	--



		<ul style="list-style-type: none"><li>• Organização do Setor de Crédito e Cobrança.</li><li>• Causas e tipos de inadimplência.</li><li>• Operações financeiras: Legislação e normas regulamentadoras;</li><li>• Tecnologias de informática existentes para Crédito e cobrança.</li></ul>
<p><b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b></p> <p>LEONI, Geraldo; Leoni Evandro Geraldo. <b>Cadastro, Crédito e Cobrança</b>. 3ª. ed. São Paulo: Atlas 1998.</p> <p>SANTOS, José Odálio dos. <b>Análise de Crédito</b>. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>SEBBEN, Renivaldo José. <b>Análise de Crédito e Cobrança</b>. 1ª ed. São Paulo: Novatec Editora, 2020.</p> <p>SILVA, José Pereira. <b>Gestão e análise de risco de crédito</b>. 6ª. ed. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p><b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b></p> <p>CHIAVENATO, I. <b>Teoria Geral da Administração</b>. São Paulo: Campus, 2009.</p> <p>VIEIRA, Marcos Villela. Adm. <b>Estratégica do Capital de Giro</b>. 2ª. ed. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>GITMAN, Lawrence J. <b>Princípios de Administração Financeira</b>. 12ª. ed. São Paulo: Harbra, 2010.</p>		