



ORGANIZAÇÃO DO CURRÍCULO
Educação Profissional Técnica de Nível Médio com Habilitação em
Técnico em Comércio- Subsequente
EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios

1ª MÓDULO

MATEMÁTICA FINANCEIRA

OBJETIVOS:

Disponibilizar ao estudante os conhecimentos que o permitam realizar cálculos financeiros e análises de investimentos para a tomada de decisão na gestão financeira das empresas e das pessoas. Conhecer e saber utilizar os principais modelos de avaliação dos ativos e seus riscos.

EMENTA

- Introdução à matemática financeira;
- Regra de três simples e composta, grandezas direta e inversa;
- Cálculo de porcentagem;
- O valor do dinheiro no tempo e a inflação;
- Juros simples e compostos;
- Investimentos;
- Capitalização;
- Equivalência de capitais;
- Sistemas de amortização.

COMPETÊNCIAS:

- Calcular o valor do dinheiro em tempo futuro ou passado de acordo com as taxas aplicadas ao longo dos anos;
- Descrever os sistemas de capitalização, suas vantagens e desvantagens;
- Realizar análise de investimentos;

HABILIDADES:

- Compreender formulações e aplicações matemáticas;
- Rever noções de porcentagem e suas aplicações em problemas;
- Relacionar conhecimento sobre porcentagem e regra de três e proporções diretas e inversas;

BASE TECNOLÓGICA

- Introdução a matemática financeira;
- O valor do dinheiro no tempo;
- Sistema de Capitalização Simples;
- Juros Simples Desconto Simples;
- Equivalência de capitais;
- Sistema de Capitalização Composta;



<ul style="list-style-type: none">• Resolver problemas reais envolvendo juros simples, e compostos;• Definir montante e parcelas em sistemas de amortização de empréstimos/ financiamentos;• Definir o melhor sistema de amortização para cada caso.	<ul style="list-style-type: none">• Identificar problemas envolvendo juros simples e juros compostos;• Diferenciar taxa efetiva de juros simples e composto numa operação de desconto simples e composto com taxa nominal;• Identificar problemas de Rendas uniformes e em progressão aritmética: potenciadas, antecipadas e diferidas;• Diferenciar os vários Sistemas de Amortização de Dívidas: saldo devedor, amortização, encargos financeiros e prestação num período qualquer do financiamento ou empréstimo.	<ul style="list-style-type: none">• Juros Compostos;• Taxas – Nominal, Efetivas e Equivalentes;• Desconto Composto;• Equivalência de capitais;• Análise de investimento;• Taxa de atratividade;• Taxa interna de retorno;• Sistemas de Amortização de Empréstimos;• Sistema Francês de Amortização – PRICE;• Sistema de Amortização Constante – SAC;• Sistema de Amortização Crescente – SACRE.
--	---	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

IEZZI, Gelson e Outros. **Matemática: Ciência e aplicações**. São Paulo: Atual, 2016.
PAIVA, Manoel. **Matemática**. São Paulo: Moderna, 2015.
DANTE, Luiz Roberto. **Matemática**. São Paulo. Ática, 2019.
MUCELIN, Aberto Carlos. **Matemática - Volume Único**, DANTE, Editora Ática, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GIOVANNI, José Ruy; Bonjorno, Jose Roberto; Giovanni Junior, Jose Ruy. **Matemática Completa: Ensino Médio**. São Paulo. FTD, 2017.
FONSECA, J.S. & MARTINS, G. de A. **Curso de estatística**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
SPIEGEL, M.R. **Estatística**. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 1993.

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).

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.

BASE TECNOLÓGICA:

- 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.

SEGURANÇA DO TRABALHO E SAÚDE

OBJETIVOS:

Possibilitar ao estudante compreender a importância e variedade dos problemas de saúde e de segurança no ambiente de trabalho, além da prevenção de acidentes, envolvendo todos os aspectos das condições de trabalho.

EMENTA

- Introdução às políticas de saúde.
- Doença ocupacional.
- Ambiente de trabalho.
- Mapa de risco das empresas.
- Acidentes de trabalho.
- Segurança do trabalhador.

COMPETÊNCIAS:

- Trabalhar definições e evolução histórica da saúde, higiene e segurança do trabalho.
- Entender a importância da satisfação no trabalho.
- Compreender e motivar a atividade laboral na sociedade.
- Trabalhar com as normas técnicas de segurança e higiene no trabalho.

HABILIDADES:

- Aplicar normas técnicas de qualidade, saúde, segurança e conservação no desempenho de suas funções.
- Conhecer as normas regulamentadoras – NR, relativas à Segurança e Medicina do Trabalho.
- Aplicar os princípios da saúde ocupacional.

BASES TECNOLÓGICAS

- Histórico da Segurança do Trabalho.
- Normas Regulamentadoras (NR)
- Conceitos e definições de acidentes de trabalho.
- Comunicação de acidente de trabalho – CAT.
- Riscos ambientais.
- Mapa de riscos ambientais e medidas de controle.



<ul style="list-style-type: none"> • Conceituar abordagens da qualidade de vida no trabalho. • Constatar e analisar o risco no desenvolvimento das atividades no trabalho. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender as causas e consequências dos acidentes de trabalho. • Elaborar programa de QVT (qualidade de vida no trabalho). 	<ul style="list-style-type: none"> • Sinalização de segurança. • Equipamentos de proteção individual e coletiva. • PCMSO (programa de controle médico de saúde ocupacional) e a CIPA (comissão interna de prevenção de acidentes) nas organizações. • Qualidade de vida adotada pelas organizações. "''''''''''"
--	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ATLAS- Manuais de Legislação Atlas. **Segurança e Medicina do Trabalho**. 63. ed. São Paulo. Atlas. 2009.
 Barbosa, Adriano Aurélio Ribeiro. **Segurança do Trabalho**. Curitiba: Livro Técnico, 2011
 CARDELLA, Benedito. **Segurança no trabalho e prevenção de acidentes: uma abordagem holística**. 8. ed. São Paulo. Atlas, 2010.
 GONCALVES, Edwar Abreu. **Manual de Segurança e Saúde no Trabalho**. 5. ed. São Paulo. LTr® 75. 2011.
 BERTAGNI, Roberto Fleury de Souza; MONTEIRO, Antonio Lopes, **Acidentes do Trabalho e Doenças Ocupacionais**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2010

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARDELLA, Benedito. **Segurança no trabalho e prevenção de acidentes**. uma abordagem holística: segurança integrada à missão organizacional com produtividade, qualidade, preservação ambiental e desenvolvimento de pessoas. SP: Atlas, 1999.
 GARDIN, Eduardo Oliveira. **Alerta de perigo**. São Paulo: LTR, 2001



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.

COMPETÊNCIAS:

- 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

HABILIDADES:

- 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

BASES TECNOLÓGICAS:

- 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.



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

<p>distribuição física, de compra e venda, pós-venda.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<p>trabalho, em todas as subfunções comerciais varejistas,</p> <ul style="list-style-type: none">• Planejar processo de vendas.	<ul style="list-style-type: none">• 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: 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.

INGLÊS INSTRUMENTAL

OBJETIVOS:

Identificar as estruturas básicas da língua inglesa. Analisar e interpretar textos técnicos em inglês básico. Reconhecer estruturas gramaticais e linguagem. Aprimorar vocabulário: campos semânticos das áreas de informática e negócios. Desenvolver habilidades de leitura e interpretação de textos técnicos em língua inglesa.

EMENTA

- Reconhecimento de gênero textuais.
- Marcadores discursivos e identificação de recursos tipográficos.
- Estratégia de leitura: *Skimming, scanning, brainstorming, prediction*.
- Regras gramaticais mais comuns: Reconhecimento de classes gramaticais;
- Referências pronominais e contextuais;
- Falsos cognatos;
- Tempos verbais.

COMPETÊNCIAS:

- Distinguir a importância da língua em processos de comunicação aplicados ao mundo dos negócios.

HABILIDADES:

- Identificar as estruturas gramaticais básicas em textos de língua inglesa, voltadas a recursos humanos.

BASE TECNOLÓGICA:

- Técnicas de leitura e compreensão de textos: *Skimming, Scanning, Seletividade*.



Interpretar documentos, manuais e textos técnicos em língua inglesa.	<ul style="list-style-type: none">• Utilizar dados linguísticos da língua inglesa aplicados à leitura instrumental, expressões cotidianas na língua inglesa e utilização da língua inglesa na leitura de textos específicos na área administrativa.	<ul style="list-style-type: none">• Facilidade de Leitura: Prediction, Cognantes, Repeated Words.• Vocabulário técnico e expressões específicas a recursos humanos.
--	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

OXENDEN, Clive e LATHAM-KOENIG, Christina. **New English File Intermediate A**. New York: Oxford University Press, 2005.

REDMAN, Stuart. **English Vocabulary in Use – Pre-intermediate & intermediate UK**: Cambridge University Press, 1998.

ECKSTUT, Samuela e SORENSEN, Karen. What`s in a word? **Reading and Vocabulary Building**. UK: Longman, UK, 1993.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

New Cambridge Advanced Learner`s Dictionary. UK: Cambridge University Press, 2003.
Textos técnicos variados (fontes diversas: howstuffworks.com; wikipedia.com; etc)

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:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<ul style="list-style-type: none">• 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 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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 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:

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 4. Ed. São Paulo: MCGRAW-Hill, 1993.

_____. **Introdução a Teoria Geral de Administração**. 7. Ed. São Paulo: Elsevier Editora. 2004.

MAXIMIANO, Antonio Amaru. **Teoria Geral de Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral de Administração**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1987.

MOTTA, Fernando C. P. **Teoria Geral da Administração: uma introdução**. 18.ed. São Paulo: Pioneira, 1994.



CULTURA DIGITAL

OBJETIVOS:

Propiciar aos estudantes o conhecimento básico acerca das diferentes possibilidades de comunicação e interação digital na atualidade. Reconhecer o ciberespaço como ambiente para o exercício da curiosidade intelectual. Conhecer a Cultura Digital bem como suas linguagens e tecnologias. Utilizar as tecnologias digitais como forma de ressignificar sua realidade e agir sobre a mesma amparada em princípios éticos, combatendo preconceitos e quaisquer outras formas de discriminação. Ampliar seu repertório cultural, tecnológico e científico a partir do domínio de diferentes mecanismos de pesquisa disponíveis. Produzir conhecimentos, obter informações e compartilhá-los por meio das mídias de maneira responsável e colaborativa.

EMENTA

- O surgimento e evolução da Internet: Do individual ao coletivo colaborativo (A revolução digital e seus atores), A chegada do 5G;
- Noções sobre cibercultura, ciberespaço;
- Noções sobre mídias digitais e Internet das Coisas;
- Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como importante recurso nas mais diversas atividades profissionais (Relações humanas e organizacionais mediadas por tecnologias digitais/Educação e informação na cultura digital);
- Pensamento Computacional, robótica e educação - uma nova forma de desenvolver e aplicar habilidades.
- Software de autoria/apresentação:
- Principais processadores de texto - Google Documentos e Word (Microsoft);
- Conhecendo planilhas eletrônicas: Google Planilhas e Excel (Microsoft);
- Comunicando ideias: Google Apresentação, Power Point;
- Internet: buscas avançadas - desvendando o Omnibox;
- Redes sociais - utilidade e uso responsável;
- Cidadania digital - comportamento on e offline: *Bullying* virtual e suas variantes e *Netiqueta*;
- Tendências profissionais na era digital.

COMPETÊNCIAS:

HABILIDADES:

BASES TECNOLÓGICAS:



<ul style="list-style-type: none">• Promover o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos proporcionados na interação no ciberespaço, atrelados aos conhecimentos desenvolvidos nos ambientes escolares a fim de entender e explicar a realidade em que o estudante está inserido, e, desta forma compreender sua complexidade (contextos, culturais, políticos religiosos entre outros).• Desenvolver a curiosidade intelectual e ampliar o conhecimento científico a fim de observar causas, formular hipóteses e desenvolver a capacidade de solucionar questões do cotidiano e propor soluções criativas por meio do pensamento computacional;• Utilizar os conhecimentos científicos disponíveis no ciberespaço como forma de construção do pensamento crítico.• Compreender a cibercultura como aglutinadora das diferentes manifestações culturais, e, portanto, valorizá-las em suas singularidades.• Apropriar-se da linguagem usada no ciberespaço para	<ul style="list-style-type: none">• Conceituar as tecnologias da informação e comunicação presentes na atualidade.• Compreender o sentido do termo cultura digital, percebendo-se enquanto integrante da mesma, na medida em que reconhece seu potencial participativo.• Reconhecer a produção e os elementos da cultura digital, bem como seus produtores, enquanto construtores das identidades dos indivíduos na sociedade.• Identificar as principais redes sociais bem como suas diferentes possibilidades de utilização (uso pessoal, profissional, etc).• Utilizar a “Netiqueta” (conjunto de regras básicas de comportamento para interação em ambiente virtual) na prática cotidiana.• Identificar ações e discursos que incitam práticas de Cyberbullying e outras formas discriminatórias.• Fomentar ações que combatam Cyberbullying e demais práticas discriminatórias em ambiente virtual.• Utilizar linguagem apropriada ao espaço virtual, tendo em vista uma postura respeitosa, democrática e inclusiva, a partir da premissa de	<p><i>Tecnologias e Cultura Digital:</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Rede de Computadores e Internet;• Ciberespaço.• Tecnologias de Informação e Comunicação.• Cultura digital ou cibercultura.• Sociedade Digital.• Redes Digitais e Sociais.• Netiqueta.• Cyberbullying.• Armazenamento em nuvem.• Google Drive e seus recursos.• Processadores de texto;• Planilhas eletrônicas: Conceituação e Tabelas;• Softwares de autoria/apresentação.• Internet: buscas avançadas.
---	---	---



<p>expressar-se, compartilhar experiências e produções autorais.</p> <ul style="list-style-type: none">• Fomentar a criatividade e inventividade por meio da produção de conteúdo para redes sociais (vídeos, textos, hipertextos, imagens entre outros).• Ampliar a capacidade comunicativa em âmbito global/local bem como posicionar-se de forma ética, inclusiva e respeitosa, reconhecendo os comportamentos adequados em âmbito digital e social.• Construir uma visão de mundo plural e inclusiva baseada em valores como ética, respeito, empatia, solidariedade, valorizando a diversidade a fim de eliminar preconceitos e formas de discriminação.• Reconhecer a “Netiqueta” como conjunto de normas de conduta e ética para expressar-se e manifestar-se em ambiente virtual.• Entender-se como parte do tecido social e, portanto, pautar suas ações no ciberespaço com base nos valores sociais vigentes.• Desenvolver por meio do conhecimento adquirido nos meios eletrônicos a	<p>erradicação e combate de práticas como Cyberbullying.</p> <ul style="list-style-type: none">• Produzir conteúdo de mídias sociais utilizando linguagem própria do ciberespaço.• Entender o pensamento computacional como uma estratégia usada para desenhar soluções e solucionar problemas de maneira eficaz tendo a tecnologia como base.• Entender o funcionamento de armazenamentos em nuvem para um uso consciente e seguro.• Conhecer as principais funcionalidades dos dispositivos móveis.• Operar o Google drive (upload, download, compartilhamento de arquivos e demais funções).• Operar processadores de texto (Word, Google Documentos, etc). (no• Operar Planilhas eletrônicas.• Operar softwares de apresentação.• Realizar pesquisas avançadas na Internet.• Utilizar com eficiência os sites disponíveis no Google.• Identificar as categorias e utilidades das licenças digitais.• Debater acerca as práticas de pirataria considerando suas consequências nocivas.	
--	--	--



<p>responsabilidade adquirida por meio do conhecimento. Levar em conta os valores e viabilizar ações que promovam cidadania digital.</p> <ul style="list-style-type: none">• Compreender os princípios de funcionamento dos sistemas operacionais como forma de ampliar suas aptidões e conhecimentos para o mundo do trabalho.• Compreender o processo computacional em nuvem, a fim de ampliar a capacidade de resolução de problemas.• Conhecer alguns dos recursos TIC disponibilizados pela Google. Usar alguns desses recursos como ferramenta de aprendizagem.• Examinar o sistema de buscas disponíveis na internet enquanto ferramentas para produção e enriquecimento do conhecimento.	<ul style="list-style-type: none">• Conhecer as premissas elementares de direitos autorais, utilizando as regras de citação, autoria, referência bibliográfica, entre outros.	
---	---	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Plano Escolar de Inovação e Tecnologia do Espírito Santo. Caderno 4 - https://drive.google.com/file/d/1g5kyKjpeGT_HVtQSwFy1NKqP2oaDINDu/view Acessado em: 30/11/2021.

Roteiros de estudos - https://www.curriculointerativo.sedu.es.gov.br/busca?q=*&oda_type=study_script Acessado em: 30/11/2021.

BRITTO, Rovilson Robbi. **Cibercultura: sob o olhar das culturas digitais.** Saraiva, São Paulo, 2009.



Guia Definitivo para o Google: O poderoso manual do usuário
Manzano & Manzano. **Estudo Dirigido de Informática Básica.** Érica, 7ª edição, 2007.
RECUERO, Raquel. **Redes sociais da internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.
Torres, Gabriel. **Redes de computadores – versão revisada e atualizada.** Nova Terra, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.
CERNY, R. Z.; BURIGO, C. C. D.; TOSSATI, N. M. **O currículo na cultura digital:** impressões de autores de materiais didáticos para formação de professores. *Revista de Educação Pública*, v. 25, n. 59/1, p. 341-353, 2016.
DIAS, Carla; GOMES, Roseli; COELHO, Patrícia. A capacidade adaptativa da cultura digital e sua relação com a tecnocultura. *Teccogs: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas*, TIDD | PUC-SP, São Paulo, n. 16, p. 138-152, jul-dez. 2018.
HEINSFELD, Bruna Damiana; PISCHETOLA Magda. Cultura digital e educação: uma leitura dos estudos culturais sobre os desafios da contemporaneidade. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, v. 12, n. esp. 2, p. 1349-1371, ago.2017. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/10301/6689>. Acesso em: 13. jan.2020.
JENKIS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009
LE MOS, A. **Cibercultura:** tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.
LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 1999.
_____. **O que é o virtual?** São Paulo: 34, 1997.
LUCENA, Simone. **Culturas digitais e tecnologias móveis na educação.** *Educação em Revista*, Curitiba, n. 59, p. 277-290, Mar. 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40602016000100277&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 13. Jan. 2020.
MILL, D. **Escritos sobre educação: desafios e possibilidades para ensinar e aprender com as tecnologias emergentes.** São Paulo: Paulus, 2013.
MONTEIRO, D. M.; RIBEIRO, V. M. B.; e STRUCHINER, M. As tecnologias da informação e da comunicação nas práticas educativas: espaços de interação? *Educação & Sociedade*. v. 28, n. 101, 2007, p. 1435-1454. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000132&pid=S0101-7330201200010001600012&lng=pt . Acesso em: 13 de mai. 2013.
MONTEIRO, Mário. **Introdução à Organização de Computadores.** 4ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.
NEGROPONTE, Nicholas. **Vida digital.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
NORTON, Peter. **Introdução à Informática.** São Paulo: Pearson Makron Books, 2007.
PALFREY, J. GASSER, U. **Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais.** Trad. Magda França Lopes. Porto Alegre: Editora Artmed, 2011.
PEIXOTO, J.; ARAUJO, C. H. dos S. Tecnologia e Educação; algumas considerações sobre o discurso pedagógico contemporâneo. **Educação & Sociedade**. Campinas, v. 33, n. 18, jan/mar 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v33n118/v33n118a16.pdf>. Acesso em: 20. jan. 2020.
SAVAZONI, R.; COHN, S. (Org). **Cultura digital.br.** Azougue Editorial: Rio de Janeiro 2009.
VIGOTSKI, L.S. **Pensamento e Linguagem.** Editora Martins Fontes. São Paulo, 2003.
ZABALA, A. **A prática educativa:** como ensinar. Porto Alegre: Artmed, 1998.



2ª MÓDULO

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:

HABILIDADES:

**BASES
TECNOLÓGICAS:**



<ul style="list-style-type: none">• 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 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.	<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver noções preliminares de contabilidade.• Compreender as funções da contabilidade.• Estrutura Patrimonial.• Conhecer os procedimentos contábeis.• Compreender a política de crédito e cobrança.• 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.	<ul style="list-style-type: none">• Noções básicas de contabilidade: histórico, conceitos, objetivos e finalidade.• Princípios e normas contábeis.• Componentes básicos da contabilidade: ativo, passivo, despesa, receita, equação patrimonial.• 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.
---	--	---



<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</p> <p>ÁVILA, Carlos Alberto. Contabilidade Básica. Curitiba: Editora do Livro Técnico, 2010. CARDOSO NETO, Felicíssimo. Contabilidade de custos. Saraiva. 1982. MARTINS, Elizeu. Contabilidade de custos. 9. 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.</p> <p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</p> <p>MARION, José C. Contabilidade básica. São Paulo: Atlas, 1995. RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de custos fácil. São Paulo: Saraiva, 2009.</p>
--

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.

<p>COMPETÊNCIAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Conhecer aspectos gerais das obrigações profissionais dos empresários comerciais, noções gerais das sociedades comerciais, bem como ter uma visão	<p>HABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplicar na prática os conceitos básicos de direito empresarial e comercial nas rotinas administrativas.• Conhecer o Direito Comercial, sua relação	<p>BASES TECNOLÓGICAS:</p> <ul style="list-style-type: none">• História do Direito Comercial• Introdução ao Direito Comercial: Conceitos. Objeto; Comércio. Características; Comerciante Individual. Direitos e Deveres.
---	--	--



<p>ética e geral do Direito e sua potencial utilização na gestão empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<p>com diversos ramos do Direito, direitos e deveres.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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. 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.** 28. Ed. São Paulo: RT, 2016.
MAMEDE, Gladston. **Manual de Direito Empresarial.** 11. Ed. São Paulo: Atlas, 2016.
NEGRÃO, Ricardo. **Curso de Direito Comercial e de Empresa - Vol. 1.** 13. 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.

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;

HABILIDADES:

- Utilizar técnicas de atendimento ao cliente.
- Planejar estratégias de atendimento em situações diversas.
- Utilizar equipamentos e recursos tecnológicos para atendimento ao cliente.

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



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

<ul style="list-style-type: none">• Compreender as técnicas mais adequadas para cada tipo de atendimento.	<ul style="list-style-type: none">• Proporcionar um atendimento de qualidade aos clientes.• Aplicar técnicas adequadas ao fluxo da informação.• Aplicar técnicas de marketing pessoal para melhor atendimento aos clientes e desenvolvimento de competências socioemocionais.	<p>Atendimento e Tratamento. Princípios e ações para um bom atendimento</p> <ul style="list-style-type: none">• Atendimento a públicos diferenciados e suas 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.

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.



<p>relacionamentos obtidos nas negociações.</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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.• 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.

EMPREENDEDORISMO

OBJETIVOS:

Proporcionar o conhecimento das características empreendedoras, a busca das oportunidades de negócios e o desenvolvimento do plano de negócios de empresas de apoio ao desenvolvimento sustentável.

EMENTA

- O perfil empreendedor.
- Tipos de sociedades empresariais e individuais e empresas do terceiro setor.
- Abordagens do século XXI das novas formações empresariais.
- Inovação e Plano de negócio.

COMPETÊNCIAS:

- Conhecer as metodologias inerentes aos processos de organização de empresas e formas de empreendedorismo.
- Desenvolver o perfil empreendedor;

HABILIDADES:

- Capacidade de identificação dos espaços disponíveis e propícios à realização de ações empreendedoras.
- Utilizar os instrumentos administrativos, econômicos para a concretização de iniciativas empreendedoras.

BASE TECNOLÓGICA:

- Ferramenta de fomentos de negócios.
- Empreendedorismo e o Empreendedor – conceitos e definições.
- A importância na definição de metas e objetivos: como se constrói metas e objetivos de curto, médio e longo prazo.
- Conceito de Marketing e de Mercado.
- Construção de rede de relações (network).
- Plano de Negócios Simplificado.



		<ul style="list-style-type: none">• Projetando a organização da empresa: fatores de sucesso e fracasso.
BIBLIOGRAFICA BÁSICA BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de empreendedorismo e gestão – fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2003; DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios . Rio de Janeiro: Campus, 2004. GAUTHIER, Fernando Álvaro Ostuni; MACEDO, Marcelo. LABIAK JR. Silvestre, Empreendedorismo – Ed. LT, 2012. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor . São Paulo: Saraiva, 2004. DOLABELA, Fernando C. Oficina do Empreendedor . São Paulo: Ed. Cultura, 2000.		

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:	BASE TECNOLÓGICA:
<ul style="list-style-type: none">• 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.	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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.



	obtenção de dados sobre o desempenho do mercado.	<ul style="list-style-type: none">• 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. CAMPOS, Luiz Fernando Rodrigue. Logística- teia de relações. Curitiba: Ibpex, 2007. 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.		

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

OBJETIVO:

Capacitar para leitura, compreensão, interpretação e confecção de textos em diferentes suportes e sistemas de linguagem-escrita, oral. Imagética, digital, dentre outras.

EMENTA

- Alguns conceitos linguísticos: comunicação/interação, língua, linguagem, cultura, texto/textualidade, discurso, linguagem verbal, não verbal, mista, multimodalidade, hipertexto, hipermissão, a leitura e a escrita no ciberespaço na era digital (leitor navegador).
- Intencionalidade comunicativa, conhecimento de mundo e aceitabilidade.
- Noções de variação linguísticas: norma padrão, norma culta, linguagem popular, gramática normativa, as diferenças fundamentais entre fala e escrita, os diferentes registros, adequação da linguagem, o preconceito linguístico.
- Noções de retórica (voz; respiração; dicção; velocidade; expressividade da fala; intensidade).
- Expressão verbal e corporal: técnicas de oratória para falar em público.
- Trabalho com gêneros orais formais: seminário, palestra, debate regrado, júri simulado, mesa-redonda, entrevista teatro.
- Textualidade e discurso com ênfase em aspectos temáticos composicionais e de estilo e textos de natureza técnico, científico e/ou acadêmico, reconhecer os elementos da cena enunciativa, a intencionalidade discursiva, identificar as diversas



sequências textuais, os elementos coesivos e os aspectos de coerência. Identificar os diferentes gêneros de acordo com as situações discursivas. Produzir textos escritos considerando as articulações coerentes dos elementos linguísticos e adequações da situação comunicativa, bem como o registro da norma padrão.

- Gêneros Textuais: relato de atividades acadêmicas; resumo; resenha; artigo científico, artigo de divulgação científica, relatório, parecer técnico, correspondência comercial/empresarial, correspondência oficial: ofício, comunicados internos, ata de reunião, memorando, requerimento, declaração, procuração.

COMPETÊNCIAS:

- Ampliar a competência comunicativa.
- Conhecer a norma culta da língua.
- Utilizar diferentes linguagens e tipologias textuais.
- Conviver, crítica e ludicamente, com situações de produção de textos orais e escritos, atualizados em diferentes suportes e sistemas de linguagem: escrita, oral, imagética, digital, entre outras.
- Demonstrar capacidade de reflexão sistemática sobre a língua e a linguagem.

HABILIDADES:

- Ler e escrever com proficiência.
- Utilizar a língua de forma competente em diversas situações de comunicação.
- Compreender as funções sociais do texto.
- Compreender, analisar e criticar o conteúdo dos textos de natureza técnico, científico e/ou acadêmico.

BASES

TECNOLÓGICAS:

- Conceitos linguístico;
- Gêneros textuais;
- Conectivos;
- Gêneros Textuais;
- Texto Narrativo;
- Artigo de Opinião;
- Texto Dissertativo;
- Crônica;
- Hipertexto;
- Produção textual;
- Linguagem verbal e não verbal;
- Leitura e produção de sentido;
- Funções sociais do texto;
- Produção de textos orais e escritos;
- O processo da comunicação. Elementos da comunicação. Ruídos na comunicação.
- Linguagem e suas funções. As delimitações da comunicação empresarial: conceitos e terminologias. Habilidades para a construção do texto



		no âmbito empresarial. • Objetividade e problemas de ambiguidade: os cuidados com o discurso.
--	--	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

TEIXEIRA, Leonardo – **Comunicação na Empresa** – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

FROLDI, Albertina Silva. **Comunicação verbal**. São Paulo: Pioneira, 1998.

GARCIA, O. **Comunicação em prosa moderna**. R. de Janeiro: Getúlio Vargas, 1984.

MARTINS, Dileta S., ZILBERKNOP, Lúbia S. **Português instrumental**. 14. ed. Porto Alegre: Sagra, 1992.

3ª MÓDULO

ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA
<p style="text-align: center;">OBJETIVOS:</p> <p>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.</p>
<p style="text-align: center;">EMENTA</p> <ul style="list-style-type: none">• 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: <ul style="list-style-type: none">• 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: <ul style="list-style-type: none">• Elaboração de planejamento financeiro e a gestão dos recursos de curto e longo prazo por meio de análise e interpretação de demonstrativos econômicos e financeiros, a fim de subsidiar a tomada de decisões que maximizem a geração de valor para a empresa.	BASES TECNOLÓGICAS: <ul style="list-style-type: none">• A gestão financeira a curto prazo.• Análise de investimentos.• O financiamento de longo prazo e estrutura de capital.• O planejamento financeiro de médio e longo prazo.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: <p>CARDOSO NETO, Felicíssimo. Contabilidade de custos. Saraiva CHIAVENATO, Idalberto. Administração Processo e Prática Editora: Elsevier. DRUCKER, P. Prática de administração de empresas. Rio Janeiro: Fundo de Cultura, 1989. MARTINS, Elizeu. Contabilidade de custos. Ed. Atlas.</p> BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: <p>RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de custos fácil. São Paulo: Saraiva, 2009.</p>		

CONTABILIDADE E CUSTOS
OBJETIVOS: <p>Capacitar os alunos a terem uma visão ampla do processo contábil, e aplicação dos seus conhecimentos na análise e interpretação dos conteúdos e da análise dos demonstrativos contábeis e importância dos mesmos para a tomada de decisão no âmbito empresarial.</p>
EMENTA <ul style="list-style-type: none">• 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:

- 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.

HABILIDADES:

- Compreender a política de crédito e cobrança.
- 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.

BASES TECNOLÓGICAS:

- 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.

BIBLIOGRAFICA BÁSICA

RIBEIRO, Osny Moura – **Contabilidade Básica Fácil** – São Paulo: Ed. Saraiva, 2007.
ÁVILA, Carlos Alberto – **Contabilidade Básica** – Curitiba: Editora do Livro Técnico, 2010.



PADOVEZI, Luis Clóvis – **Contabilidade Gerencial** – Um enfoque no sistema de Informação Contábil. Ed. Atlas. 2010.

MARTINS, Elizeu. **Contabilidade de custos**. 9ª Ed. Ed. Atlas. 2009.

REGULAMENTO DO IMPOSTO DE RENDA.

CARDOSO NETO, Felicíssimo. **Contabilidade de custos**. Saraiva. 1982.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Equipe de Professores da FEA/USP. **Contabilidade Introdutória**. São Paulo: Atlas, 1995.

MARION, José C. **Contabilidade básica**. São Paulo: Atlas, 1995.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade básica fácil**. São Paulo: Saraiva, 1997.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos fácil**. Saraiva, 2014.

ANÁLISE DE CRÉDITO E COBRANÇA

OBJETIVOS:

Desenvolver técnicas de consultas e avaliação para compreender o perfil do consumidor e seu histórico de crédito.

- 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

HABILIDADES:

- Identificar e saber atuar considerando as políticas de crédito e cobrança,

BASES TECNOLÓGICAS:

- Conceitos sobre crédito: *Conceito de crédito, Custo do crédito, 5 Cs do crédito.*
- Formas mais comuns de crédito comercial para



<p>ao recebimento com menor custo e melhor ganho comercial.</p> <ul style="list-style-type: none">• Aprender as características operacionais e legais dos Sistemas de Crédito e Cobrança.	<ul style="list-style-type: none">• Identificar e caracterizar sistemas de crédito e cobrança.• Identificar soluções negociais e jurídicas para o problema dos atrasos de pagamento.	<p>pessoa física: <i>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 consignado, Cartão de crédito consignado.</i></p> <ul style="list-style-type: none">• 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>
---	---	--



		<ul style="list-style-type: none">• 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, 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**. 3. ed. São Paulo: Atlas 1998.

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

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

SILVA, José Pereira. **Gestão e análise de risco de crédito**. 6. 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**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

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



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:

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em:

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 4. ed. São Paulo: Makron-Books, 1993.

_____. **Introdução à Teoria geral da administração.** 4. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1983.

DRUCKER, P. F. **Prática de administração de empresas.** Rio Janeiro: Fundo de Cultura, 1989.

KOONTZ & O'DONNELL. **Princípios de administração:** uma análise das funções administrativas. São Paulo: Pioneira, 1989.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MOTTA, Fernando C. P. **Teoria geral da administração:** uma introdução. 18. ed. São Paulo: Pioneira, 1994.



VISUAL MERCHANDISING

OBJETIVOS:

Conhecer estratégias de ambientação e saber aplicar técnicas de exposição e de montagem de vitrines para exposição de produtos em lojas de varejo e em eventos do setor.

EMENTA

- Princípios de Visual Merchandising
- Conceitos: Marketing de varejo e *Visual Merchandising*.
- Técnicas de *Merchandising Visual* e Vitrinismo.
- “*Displayagem*”
- Fotografia de Moda”
- Produção para vitrine
- Projeto e Montagem de vitrines

COMPETÊNCIAS:

- Desenvolver projetos para vitrines e exposição de produtos para lojas do varejo e eventos do setor.
- Distinguir atividades de promoção e merchandising das demais vertentes de comunicação de mercado a partir da fundamentação de conceitos sobre ponto de venda, estratégias promocionais e tendências de varejo.

HABILIDADES:

- Executar projetos de vitrine, aplicando noções de proporção, equilíbrio, linha, luz, cor, textura e percepção
- Utilizar sistemas, equipamentos e materiais adequados para execução do projeto
- Selecionar elementos decorativos e montar vitrines e exposição em eventos. Aplicar as técnicas de merchandising visual em lojas e eventos.

BASE TECNOLÓGICA:

- História do Visual Merchandising
- Princípios de Visual Merchandising
- Conceitos: Marketing de varejo e *Visual Merchandising*.
- Técnicas de Exposição e Displays
- Técnicas para exposição de produtos
- Fotografia de Moda e vitrine: princípios básicos e tendências.
- Objetivos comuns de merchandising e promoção de vendas
- Posicionamento de produto
- Embalagem
- Produção para vitrine
- Projeto e Montagem de vitrines



BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

COBRA, Marcos. **Marketing e Moda**. Ed. SENAC: São Paulo, 2007.
DEMETRESCO, S. **Vitrina – Construções de encenações**. São Paulo: Senac, 2001.
CENOGRAFIA. **Um novo olhar**. São Paulo: SESC, 1995.
FARINA, MODESTO. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. São Paulo: Edgar Blucher. 1986.
MONTOVANI, Anna. **Cenografia**. Editora Ática, 1989.
RATTO, Gianni. **Antitratado de Cenografia**. São Paulo: SENAC, 1999.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

LIMA, Tania. **Marketing – o glamour dos negócios da moda**. S. Paulo: IMMKT, 2008.
PASSOS, Hélio de Oliveira. **Lojas e Vitrinas: Decoração**. Rio de Janeiro: Techoprint, 1979
LEITE, Adriana & GUERRA, Lisette. **Figurino: uma experiência na televisão**. S. Paulo: Paz & Terra, 2002.

GESTÃO DA 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.

HABILIDADES:

- Aplicar conceitos da qualidade do produto, processo e organização, localizando a ISO 9000 no contexto da qualidade.
- Identificar e aplicar ferramentas da qualidade

BASES TECNOLÓGICAS:

- Fundamentos históricos, evolução e conceituação da qualidade e produção.
- Qualidade da organização.
- Compreensão das ferramentas gerenciais e



<ul style="list-style-type: none">• Compreender os processos de certificação.• Planejar, organizar, coordenar e controlar as etapas da qualidade.	<p>usando o PDCA nos processos de mudanças da organização.</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplicar técnicas de gestão na solução de problemas, buscando a qualidade dos serviços conforme as normas internas da organização.	<p>operacionais da qualidade.</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Brainstorming</i> 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.

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:	HABILIDADES:	BASE TECNOLÓGICA:
<ul style="list-style-type: none">• 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)	<ul style="list-style-type: none">• 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 utilizados na Internet com e-commerce.• Conhecer as melhores práticas do setor de e-commerce.	<ul style="list-style-type: none">• Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.• Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.• Conceito de <i>e-commerce</i>• Classificação e tipos 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.



		<ul style="list-style-type: none">• Comportamento do consumidor e mercado,• Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico.• Tipos de <i>e-commerce</i> e estudo de empresas líderes do setor.
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</p> <p>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.</p> <p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</p> <p>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</p>		



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