



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

ORGANIZAÇÃO DO CURRÍCULO
Educação Profissional Técnica de Nível Médio com Habilitação em
Técnico em Transações Imobiliárias
EIXO TECNOLÓGICO: Gestão e Negócios
30 aulas semanais

**COMPONENTES CURRICULARES DE APROFUNDAMENTO DO
CURSO TÉCNICO EM TRANSAÇÕES IMOBILIÁRIAS**

1ª Série

OPERAÇÕES IMOBILIÁRIAS
<p>OBJETIVOS:</p> <p>Apresentar a origem da profissão e o seu exercício, as normas legais, os órgãos de fiscalização, o código de ética e noções sobre avaliação de imóveis.</p>
<p>EMENTA</p> <ul style="list-style-type: none">• Noções gerais de contratos imobiliários.• Registro e eficácia.• Compra e venda.• Compromisso de compra e venda.• Troca ou permuta.• Doação.• Locação.• Comodato.• Mútuo.• Fiança.• Caução.• Seguro fiança.• Seguro.• Alienação fiduciária em garantia.• Leasing imobiliário.• Empreitada.• Mandato.• Corretagem.• Contrato de administração de imóveis.



COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<ul style="list-style-type: none">• Saber, reconhecer e aplicar a lei relacionada a função do corretor de imóveis.• Criar meios para melhor atender o cliente para subsidiar a elaboração de sua proposta de compra e venda.• Saber elaborar um contrato de compra e venda e locação de imóveis.• Ter domínio dos aspectos legais contidos nas transações imobiliárias.	<ul style="list-style-type: none">• Exercer a profissão pautado pelo conhecimento técnico, legal, humano e ético.	<ul style="list-style-type: none">• Conceito, regulação, direitos e deveres do corretor de imóveis.• O papel do corretor de imóveis.• O imóvel e a intermediação imobiliária.• Avaliação de imóveis e administração imobiliária.• Contrato de compra e venda.• Locação predial urbana.• O registro de imóveis• Tributos: impostos, taxas e contribuição de melhoria.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: FIORANTI, Cláudio e AFONSO Celso F. de Rezende. A prática nos processos e registro de incorporação imobiliária, instituição de condomínio e loteamentos urbanos. 5 ed. Campinas. Copola Editora, 1997. FÜHRER, MAXIMILIANUS Cláudio Américo. Resumo de obrigações e contratos (civis e comerciais). Malheiros Editores LTDA, 9º edição, SP, 1993. LEANDRO, Valdemar. Condomínio de imóveis. 5ª ed. São Paulo.		
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: PEREIRA, Caio Mário da Silva. Condomínio e incorporações. 10ª ed. Rio de Janeiro. Forense, 1998. PERELMAN, CHAÏM. Lógica Jurídica. Tradução de Virgínia K. Pupi. São Paulo: Martins Fontes. 1998.		

DIREITO IMOBILIÁRIO

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

- Conceito
- Elementos essenciais
- Coisa, preço, consentimento, forma
- Dos riscos
- Das despesas
- Do sobrestamento na entrega da coisa ou do pagamento
- Das limitações à compra e venda
- Venda "Ad Corpus" - "Ad Mensuram"
- Cláusulas especiais à compra e venda
- Pacto Adjeto de Hipoteca
- Cláusula Resolutiva
- Cláusula "Constituti"
- Alienação Fiduciária de Imóvel
- Das Arras ou Sinal
- Contratos utilizados na Compra e Venda de Imóveis
- Conceito, Considerações
- Tratamento Legal
- Lei 8009/90 e a proteção do bem de Família
- As exceções de impenhorabilidade na área imobiliária
-

COMPETÊNCIAS:

- Analisar, interpretar e avaliar os impactos da legislação das transações imobiliárias do país.
- Interpretar a legislação que regula as atividades de comercialização imobiliária, tais como as normas referentes aos direitos do consumidor, aos contratos comerciais, às questões tributárias e fiscais e aos bens e direitos.

HABILIDADES:

- Aplicar as bases legais nas relações comerciais.
- Interpretar as bases legais da administração e das responsabilidades inerentes aos contratos.
- Estabelecer a localização e mobilidade do profissional no mercado imobiliário.
- Descrever os aspectos legais do profissional de
- Transações Imobiliárias, tais como a natureza dos serviços prestados, o profissional em
- Transações Imobiliárias perante a lei, a.
- Legalidade da profissão (Leis 4.116 e 6.530), as penalidades a que estão sujeitos os profissionais, o

BASES TECNOLÓGICAS:

- Dos contratos, suas espécies e atos unilaterais.
- Do direito das coisas e da habitação.
- Direitos do emitente comprador.
- Lei do condomínio em edificações.
- Lei do parcelamento do solo urbano.
- Lei de proteção ao consumidor.
- Lei de locações dos imóveis urbanos.
- Lei dos registros públicos.



	regulamento das Transações Imobiliárias. <ul style="list-style-type: none">• Definição e a origem do profissional do TTI.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: BARROS, Adilson Rodrigues de; Fanti, Alexandre- Direito Imobiliário- Legislação Comentada 2º ed. São Paulo. Saraiva, 2011. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: RIOS, Arthur. Manual de Direito Imobiliário 4º edição. Curitiba. Juruá, 2010.		

2ª Série

PLANEJAMENTO DE INVESTIMENTOS		
OBJETIVOS: Aprender a desenvolver uma ideia bem-sucedida, a começar por um plano bem planejado. Direcionar as ações, avaliar cenários e entender possíveis riscos, e claro, tomar decisões mais assertivas e, conseqüentemente, obter melhores resultados.		
EMENTA <ul style="list-style-type: none">• Conceito de Plano de Investimentos;• A importância de um plano de investimento;• Como montar um plano de investimento;• Possibilidades de Carteiras;• Avaliar e replanejar.		
COMPETÊNCIAS: <ul style="list-style-type: none">• Construir planos de investimentos com metas e prazos bem estabelecidos e segui-los;• Construir uma carteira de investimentos congruente	HABILIDADES: <ul style="list-style-type: none">• Estabelecer metas e criar cronogramas;• Conhecer as possibilidades para a carteira de investimentos (carteira de <i>Small Caps</i>, carteira de	BASES TECNOLÓGICAS: <ul style="list-style-type: none">• Conceito de Plano de Investimentos (objetivos,



<p>com o perfil do investidor, com a análise e riscos e objetivos;</p> <ul style="list-style-type: none">• Entender através das contínuas avaliações da carteira de investimentos e, tomar as atitudes necessárias para otimizar a carteira minimizando os erros;• Avaliar as variações econômicas no Brasil e no mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos.	<p><i>Value Investing</i>, carteira de Ações, carteira de Renda Fixa, carteira por Perfil do Investidor, carteira de Previdência Privada, carteira de Fundos Imobiliários e carteiras de Análise Técnica);</p> <ul style="list-style-type: none">• Realizar Avaliações contínuas da carteira de investimentos;• Entender a relação entre as taxas de juros adotadas no país e a inflação;• Entender a relação entre as variações das principais moedas do mundo e a brasileira;• Avaliar as variações econômicas no Brasil e no mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos;	<p>avaliação de riscos, prazos, Valores);</p> <ul style="list-style-type: none">• A importância de um plano de investimento;• Como montar um plano de investimento;• Entenda o perfil do investidor de acordo com seu orçamento pessoal;• Metas e Cronogramas;• Carteira de investimentos e a diversificação dos investimentos;• Análise de riscos;• Carteira de dividendos, carteira de <i>Small Caps</i>, carteira de <i>Value Investing</i>, carteira de Ações, carteira de Renda Fixa, carteira por Perfil do Investidor, carteira de Previdência Privada, carteira de Fundos Imobiliários e carteiras de Análise Técnica. <p>• Avaliação e correção de rotas;</p> <p>• Estudos acerca da economia Mundial e suas interferências no Brasil – Variação das taxas de Juros, Inflação, principais moedas e criptomoedas.</p>
---	---	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CERBASI, Gustavo. **Investimentos Inteligentes**, 1. ed. 1999.
GRAHAM, Benjamin .**O investidor inteligente**. 1. ed. HarperCollins. 2016.
DAMODARAN, Aswath.**Filosofias de Investimento. Estratégias Bem-Sucedidas e os Investidores**. QualityMark. 2017.
SILVA, Frederico. **Aprenda a Investir: Do Planejamento À Execução**. Independently Published, 2018.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:



MOREAU Pierre, BARTUNEK Florian, NAPOLITANO Giuliana. **Fora da Curva. Os Segredos dos Grandes Investidores do Brasil e o que Você Pode Aprender com Eles.** 1.ed. Portfolio 2016.

ORGANIZAÇÃO E TÉCNICAS COMERCIAIS

OBJETIVOS:

Desenvolver conhecimentos e competências de organização e técnicas comerciais, despertando o interesse dos estudantes para o aprofundamento do uso das técnicas na sua prática profissional e vida pessoal.

EMENTA

- Introdução ao estudo de organização e técnicas comerciais.
- Princípios de organização e técnicas comerciais.
- Negociação como método de resolução de conflitos.
- Estratégias e táticas de barganha.
- Negociações corporativas.
- Desenvolvimento de uma estratégia de técnicas comerciais.
- 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 os princípios que regem as organizações empresariais e as estruturas contidas no seu bojo.
- Conceituar e classificar as empresas a partir de suas atividades e constituição.
- Fazer uso de forma competente da seleção de técnicas comerciais relacio-

HABILIDADES:

- Estabelecer relações empresariais compreendendo a importância dos postos de trabalho e as obrigações decorrentes.
- Selecionar a melhor técnica comercial a ser aplicada nas diferentes situações e empresas.
- Escolher com habilidade os serviços auxiliares disponíveis

BASES TECNOLÓGICAS:

- Organização de empresas princípios e aplicação da administração.
- Estruturas organizacionais.
- Estrutura do Sistema Financeiro Nacional.
- Estrutura e funcionamento da Bolsa de Valores.



nadas a uma determinada empresa. • Discernir os serviços auxiliares de comércio disponíveis e a utilização desse serviço por cada empresa.	de modo a agregar valor ao trabalho da empresa.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: SILVA, Adelphino Teixeira da. Organização e Técnica Comercial 20ª edição. São Paulo. Atlas, 1996. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: LUIZ, Sinclayr. Organização e Técnica Comercial/ Introdução à Administração. São Paulo .Saraiva, 1999.		

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 <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:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:



<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.	<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 econômico financeiros, a fim de subsidiar a tomada de decisões que maximizem a geração de valor para a empresa.	<ul style="list-style-type: none">• A gestão financeira à curto prazo.• Análise de investimentos.• O financiamento de longo prazo e estrutura de capital.• O planejamento financeiro de médio e longo prazo.
---	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ASSAF NETO, Alexandre. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo: Atlas.
PADOVEZE, Clóvis Luís. **Introdução à administração financeira: texto e exercícios**. 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, Angelico A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. xv, 496 p

AVALIAÇÃO DE IMÓVEIS

OBJETIVOS:



Compreender e respeitar a ética relacionada ao corretor de imóveis, adotar uma postura ética e profissional ao mercado imobiliário.

EMENTA

- Considerações gerais;
- Conceituação básica de avaliação;
- Histórico da avaliação de imóveis no Brasil;
- Campo de atuação;
- Forças atuantes do mercado;
- Preço e valor;
- Valor de mercado, econômico, potencial, de reposição;
- Normatização técnica;
- Métodos de avaliação;
- Normas da ABNT da série 14653;
- NBR 14653-1 - Procedimentos Gerais;
- NBR 14653-2 - Imóveis Urbanos;
- NBR 14653-3- Imóveis Rurais;
- Competência legal do Corretor de Imóveis;
- Problemática da competência legal;
- Atuação em processos judiciais;
- Quem paga;
- Quando se paga;
- Remuneração para avaliações de imóveis e emissão do PTAM;
- Código de Ética do Corretor de Imóveis;
- Ética do Profissional Avaliador;
- Responsabilidade do Profissional;
- Responsabilidade administrativa;

COMPETÊNCIAS:

- Dominar as formas e técnicas de avaliação imobiliária.
- Realizar perícias em imóveis seguindo as técnicas e formas conceituais.
- Saber utilizar os artigos os artigos do Código Civil Brasi- leiro para realizar todas as tarefas ligadas a avaliação de imóveis.

HABILIDADES:

- Aplicação das formas e técnicas para proceder à avaliação de qualquer imóvel e apresentar o seu valor justo.
- Usar corretamente os conceitos e fórmulas para realizar perícias em imóveis e elaborar o laudo pericial.
- Saber aplicar a legislação em todas as atividades realizadas.

BASES TECNOLÓGICAS:

- Avaliação de imóveis, métodos e homogeneização de dados.
- Método de avaliação de imóveis rurais.
- Técnicas de desenvolvimento de perícias de imóveis
- Perícia judiciais e elaboração de laudos.
- Aplicativos do Código Processo Civil na venda de imóveis.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

MENDONÇA, Frederico. Avaliação de Imóveis- Teoria e Prática. São Paulo. Frederico Mendonça, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

JÚNIOR, Redegaz Nasser. Avaliação de Bens – Princípios Básicos e Aplicações 2ª Ed. São Paulo. Leid, 2013.

INTRODUÇÃO À 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.



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
REGULAMENTO DO IMPOSTO DE RENDA.
RIBEIRO, Osny Moura – **Contabilidade Básica Fácil** – São Paulo : Ed. Saraiva, 2007.

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.

3ª Série

CONTABILIDADE DE CUSTOS

OBJETIVOS:

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

- Origem histórica e conceituação da contabilidade de custos;
- Termos utilizados em contabilidade de custos;
- Controle, custo e contabilização de matéria-prima;
- Controle, custo e contabilização de mão-de-obra direta;
- Rateio e contabilização dos custos indiretos de fabricação;
- Formação do preço de venda com base no custeio por absorção.

COMPETÊNCIAS:

HABILIDADES:

BASES TECNOLÓGICAS:



<ul style="list-style-type: none">• Correlacionar os conceitos e princípios da contabilidade de custos e suas aplicações.• Organizar processo de informação e classificação dos dados referentes a custo.• Correlacionar os procedimentos de controles internos de custos com os processos operacionais da organização.• Organizar informações de custos para subsidiar tomada de decisões operacionais e de formação do preço de venda.	<ul style="list-style-type: none">• Aplicar os conceitos e princípios de custos.• Identificar os campos de aplicação.• Identificar custos no processo operacional.• Elaborar planilhas de custo.• Classificar contas de custos e aplicar métodos de custeio.• Identificar o processo de produção dos diferentes produtos da empresa.• Relacionar as atividades relevantes dentro de cada departamento.• Identificar a relação de causa e efeito entre a ocorrência da atividade e a geração dos custos.• Aplicar métodos de valoração dos estoques.• Calcular e estruturar os custos dos processos e a formação de preços.• Aplicar os métodos de custeio de acordo com as políticas	<ul style="list-style-type: none">• Princípios de custos.• Métodos de Custeio:• Custo por Absorção – Custo Padrão;• Custo Departamental e Custo ABC;• Custeio Variável.•• Classificação dos custos:• Custo direto, indireto e integral.• Custos Fixos, variáveis e mistos.• Distinção entre custos e despesas.• Critérios de avaliação de estoques: PEPS, UEPS E CUSTO MÉDIO; inventário permanente, inventário periódico.• Formação de preço de venda• Formação de preço de frete.
---	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

Equipe de Professores da FEA/USP. **Contabilidade introdutória**. São Paulo: Atlas, 1995.
RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos fácil**. Saraiva.



MARKETING ORGANIZACIONAL

OBJETIVOS:

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

EMENTA

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

COMPETÊNCIAS:

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

HABILIDADES:

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

BASES TECNOLÓGICAS:

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

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

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

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

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

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

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



DIAS, S. R. (Coord.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.
GRACIOSO, F. **Marketing estratégico: planejamento estratégico orientado para o mercado**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12^aed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
RICHERS, Raimar — **Marketing — Uma visão brasileira**. São Paulo: Negócio Editora, 2000, 430p.

GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

OBJETIVOS:

Conhecer os fundamentos básicos de funcionamento e gerenciamento das principais mídias sociais.

EMENTA

- A internet no Brasil e no mundo
- Introdução às Mídias Sociais
- Diferenciação entre Mídias Sociais e Redes Sociais
- Histórico do desenvolvimento das Redes Sociais
- Planejamento de Mídia e Redes Sociais
- Principais ferramentas e plataformas
- O perfil do analista de mídias sociais (social media)
- O mercado de trabalho para o social media
- Redes Sociais como ferramentas de marketing
- Impactos das Redes Sociais para as organizações.

COMPETÊNCIAS:

- Planejar e executar as estratégias de marketing da empresa, ou profissional, nas redes sociais;
- Monitorar e interpretar dados e

HABILIDADES:

- Definir formatos, temas e conteúdos das postagens;
- Definir ações estratégicas em diferentes canais, como Facebook e Instagram, por exemplo;
- Definir tipos de mídias a serem utilizados nas redes sociais;

BASES TECNOLÓGICAS:

- A internet no Brasil e no mundo
- Origem e propósito das Mídias Sociais
- Texto, imagem, áudio e som nas mídias Sociais
- Público alvo das mídias sociais
- Diferenciação entre Mídias Sociais e Redes Sociais



<p>informações dos relatórios gerenciais;</p> <ul style="list-style-type: none">• Pesquisar e produzir conteúdos para as redes sociais;• Gerenciar crises relacionadas à marca ou à imagem nas redes sociais;	<ul style="list-style-type: none">• Saber acompanhar as tendências de mercado;• Saber definir e agendar dias e horários de publicações;• Analisar e definir nichos de mercado ideais para cada tipo de negócio;• Definir os KPIs da marca e a estratégia de SEO e de conteúdo;• Mensurar métricas como engajamento por posts, taxa de conversão em anúncios, alcance das publicações, menções do público com a marca, atividade de concorrentes, dentre outros;• Saber pesquisar temas e referências para produção de conteúdos;• Saber escrever textos, gravar e editar vídeos, edição de fotos, dentre outras técnicas de edição gráfica;• Utilizar ferramentas de apoio à rotina de trabalho como aplicativos informatizados;• Reconhecer problemas e dar respostas rápidas ao público ou aos clientes;	<ul style="list-style-type: none">• Histórico e evolução das redes sociais no Brasil e no Mundo.• Planejamento de Mídia e Redes Sociais: <i>Objetivos e Estratégias; Tipos de conteúdo, Criação, adequação e curadoria de conteúdos, Monitoramento de resultados.</i>• Plataformas de monitoramento e gerenciamento de redes sociais: <i>Agendamento de posts, Impulsioneamento, Relatórios, SAC, Captação de leads, dentre outras.</i>• Principais formas de usos das redes sociais online pelos usuários.• O perfil do analista de mídias sociais (social media)• O mercado de trabalho para o social media• Redes Sociais como ferramentas de marketing: <i>audiência, tráfego, autoridade, engajamento, produção de conteúdos, identidade visual, tendências, dentre outras.</i>• Impactos das Redes Sociais para as organizações.
--	--	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- BUENO, Wilson da Costa (Org.). **Estratégias de comunicação nas mídias sociais**. 1. ed. Barueri: Monole, 2015.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**. tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- LONGO, Walter. **Marketing e Comunicação da Era Pós-Digital: As Regras Mudaram**. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019.
- TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais: cases, conceitos, dicas e ferramentas**. São Paulo: M. Books, 2010.



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, negócios e sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

LARROSSA, Luciano. **Facebook para Negócios: Como vender através da maior rede social do mundo**. 1ª Edição. São Paulo: DVS Editora, 2018.

REZ, Rafael. **Marketing de Conteúdo: A Moeda do Século XXI**. São Paulo : DVS Editora, 2016.

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital: Conceitos, Plataformas e Estratégias**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

DIREITO EMPRESARIAL E TRIBUTÁRIO

OBJETIVOS:

Desenvolver no aluno noções básicas de direito empresarial e dos tipos societários vigentes em nosso país, bem como as normas pertinentes na relação do Fisco com os contribuintes. Aplicar os princípios, regras e instituições atinentes à relação de trabalho.

EMENTA

- Histórico do Direito Empresarial e Tributário.
- Ética.
- Estabelecimento empresarial.
- Nome empresarial.
- Tipos societários.
- Direito Tributário (conceitos, princípios, espécies, competência e capacidade ativa).
- Direitos, deveres e penalidades para o empregador;
- Registro em carteira de trabalho.
- Livro registro de empregados.
- Jornada de trabalho;
- Período de descanso, férias e aposentadoria.
- Salário mínimo e horas-extras.
- Descontos salariais permitidos pela legislação.
- Aviso prévio.
- Organização sindical e terceirização.
- Negociação com sindicatos e outras entidades
- Rescisão contratual.



COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<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 ética e geral do Direito e sua potencial utilização na gestão empresarial.• Construir uma noção básica sobre os direitos e os deveres dos trabalhadores e empregadores.• Correlacionar o significado dos tributos e suas abrangências.• Identificar exigências fiscais legais nas operações.• Conhecer os principais aspectos da consolidação das leis do trabalho;	<ul style="list-style-type: none">• Entender os ramos do direito e suas ligações com o exercício da profissão.• Aplicar na prática os conceitos básicos de direito empresarial e trabalhista nas rotinas administrativas.• Identificar os principais impostos e tributos e sua aplicação nos documentos fiscais.• Distinguir os conceitos de empregador e empregado.• Identificar os documentos ligados ao direito do trabalho.	<ul style="list-style-type: none">• O marco de nascimento do direito empresarial.• Abordagem do código civil.• Caracterização da atividade de empresário.• Caracterização dos tipos de empresas.• Normas legais em relação ao nome empresarial.• Definição e aplicabilidade dos tributos.• Diferença entre competência tributária e capacidade ativa tributária.• Sujeito passivo e ativo na relação tributária.• Principais características jurídicas sobre o conceito de empregado e empregador e os requisitos que compõem o vínculo empregatício.• Os direitos descritos na Carta Magna.• Diferença entre norma coletiva de trabalho e convenção coletiva de trabalho.• Principais direitos e deveres do empregado e do empregador.• Do contrato tácito e expresso de trabalho.• Das observâncias em relação ao registro na CTPS.• Procedimentos obrigações quanto ao registro de livros de empregados.• Negociação com sindicatos e outras entidades.• Observâncias das normas legais em relação a rescisão contratual.



BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CONTRIM, Gilberto – **Direito Fundamental, Instituições de Direito Público e Privado** – São Paulo: Saraiva, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BRANCHIER, Alexsander; DAHER, Juliana Tessolini D. **Direito e Legislação Aplicada**. - Ed São Paulo, 2006.

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.

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:

BASES TECNOLÓGICAS:



<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.• Comportamento do consumidor e mercado,• Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico.• Tipos de <i>e-commerce</i> e estudo de empresas líderes do setor.
---	---	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

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



BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FELIPINI, Dailton. Empreendedorismo na Internet. Brasport, 2010.

GRAHAM, Mark. Geografias Warped de Desenvolvimento: A Internet e Teorias do Desenvolvimento Econômico. Geografia Compass, v. 2, n. 3, 2008. doi: 10.1111/j.1749-8198.2008.00093.x

KOTLER, Philip. Gestão de Marketing. Pearson: Prentice-Hall, 2009.

MILLER, Roger. O Hoje Legal e E-Commerce Ambiente (Hardcover ed.). Thomson Learning, 2002.

CLAUDIO, Dias. Usabilidade na WEB. 2ªEd. Elsevier. 2007

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

OBJETIVOS:

Propiciar uma visão sistêmica do Código de Defesa do Consumidor no quadro amplo do ordenamento jurídico brasileiro, ressaltando a operacionalidade do seu modelo e os seus pontos de contato com disciplinas paralelas, especialmente o direito das obrigações e o processo civil codificados.

EMENTA

- Fundamentos de direito do consumidor.
- Vocação constitucional e os deveres do Estado e dos particulares na sua implementação.
- A defesa do consumidor como direito subjetivo público e como princípio da ordem econômica constitucional.
- Origem legal (Lei nº 8.078/90, de 11/09/1990).
- Estrutura, organização e finalidades.
- Natureza jurídica e campo de incidência.
- Princiologia do Código de Proteção e Defesa do Consumidor.
- Elementos da relação de consumo.
- Direitos básicos dos consumidores.
- Proteção contratual do consumidor.
- A nova concepção contratual.
- A proteção da boa-fé e da confiança do consumidor.
- Cláusulas contratuais gerais e contratos por adesão.
- A ciência prévia do conteúdo do contrato.



COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASES TECNOLÓGICAS:
<ul style="list-style-type: none">• Saber aplicar as regras de proteção e defesa do consumidor.• Domínio do arcabouço jurídico próprio do Direito do Consumidor.• Conhecimento de casos práticos versando Sobre a aplicação das normas de defesa do consumidor	<ul style="list-style-type: none">• Capacidade para identificar as tipologias e o regime jurídico das relações de fornecimento e consumo.• Capacidade para interpretar os fundamentos da proteção jurídica do consumidor.• Capacidade para compreender as entidades da sociedade civil e o direito do consumidor.• Capacidade para estabelecer relações e conexões sobre o consumo.• Capacidade para interpretar o código de Defesa do Consumidor.• Aplicar as tipologias e o regime jurídico das relações de bens quanto de serviços, nos quadros da produção industrial.• Aplicar os fundamentos da proteção jurídica do consumidor.	<ul style="list-style-type: none">• Origem, finalidade e campo de incidência do Código de Defesa do Consumidor.• Relação de consumo, elementos e conceitos legais.• A proteção da incolumidade físico-psíquica e econômica do Consumidor.• Proteção pré-contratual e contratual práticas comerciais abusivas e cláusulas contratuais abusivas.• A responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços civil, administrativa e penal. <p>A Defesa do Consumidor em Juízo</p>

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

VIEIRA, Jair Lot. **Código de Defesa do Consumidor 2º edição**. São Paulo. LipeL, 2013

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

WANDECK, Brito Gomes de Lúcio. **Descomplicando o Código de Defesa do Consumidor- Explicações Claras, Precisas e Objetivas**. São Paulo. Best Seller LTDA, 2011.

ESTATÍSTICA

OBJETIVOS:



Interpretar dados estatísticos apresentados em textos, tabelas e gráficos, referentes a diversos contextos e fenômenos naturais e sociais, utilizando instrumentos adequados para medidas, determinação de amostras e análise exploratória para interpretar informações de variáveis apresentadas em uma distribuição estatística.

EMENTA

- Análise Exploratória de Dados;
- Tabelas de Distribuição de Frequências
- Representações Gráficas de Tabelas de Distribuição de Frequências
- Medidas de Posição;
- Máximo e Mínimo;
- Medidas de Dispersão.

COMPETÊNCIAS:

- Interpretar informações de natureza científica e social obtidas da leitura de gráficos e tabelas;
- Realizando previsão de tendência, extrapolação, interpolação;
- Realizando previsão de tendência, extrapolação, interpolação;
- Utilizar informações expressas em gráficos ou tabelas para fazer inferências;
- Resolver problema com dados apresentados em tabelas ou gráficos;
- Analisar informações expressas em gráficos ou tabelas como recurso para a construção de argumentos;
- Determinar amostras para cálculos de probabilidade a fim de interpretar

HABILIDADES:

- Entender o propósito e a lógica das investigações estatísticas;
- Entender o processo de investigação estatística;
- Dominar as habilidades usadas nos processos de investigação estatística;
- Entender as relações matemáticas presentes nos conceitos estatísticos;
- Entender a probabilidade, a chance, a incerteza, os modelos e a simulação;
- Desenvolver habilidades interpretativas para argumentar, refletir e criticar;
- Desenvolver habilidades para se comunicar estatisticamente, usando corretamente a sua terminologia;
- Interpretar gráficos;
- Calcular medidas estatísticas;
- Interpretar medidas estatísticas;
- Avaliar criticamente resultados estatísticos que permeiam nossas vidas diárias.

BASES TECNOLÓGICAS:

INTRODUÇÃO

- População e amostra, Variáveis e dados estatísticos, Métodos estatísticos, Fases do método estatístico

TABELAS DE DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIAS:

- Tabelas com dados não agrupados por classes
- Tabelas com dados agrupados por classes

REPRESENTAÇÕES GRÁFICAS DE TABELAS DE DISTRIBUIÇÃO DE FREQUÊNCIAS:

- Gráfico em Barras
- Gráfico em Colunas
- Gráfico em Setores
- Gráfico em Hastes
- Histograma e box-plot;
- Polígono de Frequências

MEDIDAS DE POSIÇÃO

- Médias Aritmética e Ponderada.
- Mediana
- Moda
- Relação entre média, mediana e moda
- Média, moda e mediana em tabelas de distribuição de frequências
- Medidas Separatrizes



<p>informações de variáveis apresentadas em uma distribuição estatística;</p> <ul style="list-style-type: none">● Resolver situação-problema que envolva conhecimentos de estatística;● Utilizar conhecimentos de estatística e probabilidade como recurso para a construção de argumentação;● Avaliar propostas de intervenção e correção de rotas na realidade utilizando conhecimentos de estatística e probabilidade.		<p>MEDIDAS DE DISPERSÃO</p> <ul style="list-style-type: none">● Amplitude total● Variância● Desvio Padrão
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</p> <p>BARBETTA, Pedro Alberto; REIS, Marcelo Menezes; BORNIA, Antonio César. Estatística para Cursos de Engenharia e Informática. Editora Atlas, 3a edição, 2010</p> <p>BUSSAB, Wilton de O e MORETTIN, Pedro A.. Estatística Básica Editora Saraiva, 8a edição, 2013;</p> <p>TRIOLA, Mário F., Introdução à Estatística, LTC Editora, 11a edição, 2013;</p> <p>SPIEGEL, Murray R e STEPHENS, Larry J. Estatística. Bookman, 4 a edição, 2009.</p> <p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</p> <p>XAVIER, Ademir; Estratégias Estatísticas em Investimentos; Novatec; 2009</p>		