

Ementário do Curso Técnico em Vendas



Curso Técnico em Vendas

Fundamentos de Marketing

Objetivos

Compreender os princípios básicos do marketing, suas funções e aplicações no contexto comercial. Desenvolver competências para planejar ações de marketing, identificar o comportamento do consumidor e utilizar ferramentas digitais e inteligência artificial para análise de mercado e estratégias de comunicação.

Ementa

- História e evolução do marketing
- Conceitos fundamentais: produto, preço, praça e promoção
- Comportamento do consumidor
- Segmentação de mercado
- Marketing digital e redes sociais
- Inteligência artificial aplicada ao marketing
- Planejamento de ações promocionais

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Compreender os fundamentos do marketing e sua aplicação prática
- Identificar o perfil do consumidor e propor estratégias de comunicação
- Utilizar ferramentas digitais e IA para análise de mercado
- Planejar ações promocionais com foco em resultados

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)..

Componente Curricular

Fundamentos de Marketing

Habilidades

- Elaborar ações de marketing com base em dados e tendências
- Utilizar redes sociais e plataformas digitais para divulgação
- Interpretar o comportamento do consumidor
- Planejar campanhas promocionais com foco em resultados.

Base Tecnológica

- Fundamentos do marketing: histórico e evolução
- Composto mercadológico: 4Ps
- Segmentação e posicionamento de mercado
- Comportamento do consumidor
- Marketing digital: estratégias e ferramentas
- Inteligência artificial aplicada ao marketing
- Planejamento de ações promocionais
- Ética e responsabilidade nas práticas de marketing.

Bibliografia Básica

- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.
- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.

Competências

- Aplicar os conceitos básicos do marketing em contextos comerciais
- Identificar e segmentar públicos-alvo
- Utilizar ferramentas digitais para comunicação e promoção
- Integrar inteligência artificial às estratégias de marketing.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Língua Portuguesa: produção de textos publicitários e comunicativos
- Matemática: análise de dados de mercado e estatísticas.

Bibliografia Complementar

- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson, 2021.
- OLIVEIRA, Fábio. Marketing Digital na Prática. São Paulo: DVS Editora, 2020.
- <https://www.marketingaiinstitute.com/> – Aplicações de IA no marketing
- ARANTES, Elaine. Marketing em eventos. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2013. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1353/Marketing_em_eventos.pdf?sequence=1. Acesso em: 11 ago. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Comunicação e Expressão para Vendas

Objetivos

Desenvolver habilidades de comunicação oral e escrita voltadas para o ambiente de vendas, promovendo a expressão clara, persuasiva e ética. Estimular o uso de tecnologias digitais e inteligência artificial para aprimorar a comunicação com clientes e equipes comerciais.

Ementa

- Fundamentos da comunicação verbal e não verbal
- Técnicas de expressão oral e escrita
- Comunicação persuasiva e argumentação
- Comunicação interpessoal e atendimento ao cliente
- Uso de ferramentas digitais e IA na comunicação comercial
- Produção de textos comerciais e publicitários.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Expressar-se com clareza e objetividade em situações de venda
- Utilizar linguagem adequada ao público-alvo
- Aplicar técnicas de comunicação persuasiva
- Utilizar ferramentas digitais para comunicação comercial.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)..

Componente Curricular

Comunicação e Expressão para Vendas

Habilidades

- Redigir e revisar textos comerciais e publicitários
- Utilizar softwares de comunicação e IA para atendimento
- Interpretar mensagens e responder com empatia
- Aplicar estratégias de comunicação em vendas.

Base Tecnológica

- Fundamentos da comunicação verbal e não verbal
- Técnicas de expressão oral e escrita
- Comunicação persuasiva e interpessoal
- Produção de textos comerciais e publicitários
- Ferramentas digitais de comunicação (e-mail, chatbots, redes sociais)
- Inteligência artificial aplicada à comunicação comercial
- Ética na comunicação com clientes e equipes.

Bibliografia Básica

- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.
- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.

Competências

- Comunicar-se de forma clara e eficaz em contextos comerciais
- Produzir textos comerciais com linguagem adequada
- Utilizar tecnologias digitais e IA para aprimorar a comunicação
- Aplicar técnicas de argumentação e persuasão.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Língua Portuguesa – produção e interpretação de textos.

Bibliografia Complementar

- ARANTES, Elaine. Marketing em eventos. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2013. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1353/Marketing_em_eventos.pdf?sequence=1. Acesso em: 11 ago. 2025.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. São Paulo: Pearson, 2021.
- OPENAI. ChatGPT: ferramenta de IA para comunicação e atendimento. Disponível em: <https://chat.openai.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- MARKETING AI INSTITUTE. Aplicações de IA na comunicação comercial. Disponível em: <https://www.marketingaiinstitute.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Objetivos

Desenvolver competências para utilizar ferramentas digitais no contexto comercial, com foco em produtividade, organização, comunicação e análise de dados. Estimular o uso de inteligência artificial e softwares livres para apoiar atividades de vendas, atendimento ao cliente e gestão de informações.

Ementa

- Fundamentos da informática aplicada ao comércio
- Sistemas operacionais e aplicativos de escritório
- Ferramentas digitais para vendas e atendimento
- Organização de dados e planilhas eletrônicas
- Inteligência artificial aplicada ao comércio
- Segurança da informação e ética digital.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Utilizar ferramentas digitais para apoiar atividades comerciais
- Organizar e analisar dados de vendas e atendimento
- Aplicar princípios de segurança e ética na gestão de informações
- Integrar inteligência artificial às rotinas comerciais.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)..

Componente Curricular

Informática Aplicada às Vendas

Habilidades

- Criar planilhas para controle de vendas e estoque
- Utilizar ferramentas de comunicação digital com clientes
- Aplicar IA para análise de dados comerciais
- Proteger informações comerciais com boas práticas digitais.

Base Tecnológica

- Fundamentos da informática e sistemas operacionais
- Aplicativos de escritório: editores de texto, planilhas e apresentações
- Ferramentas digitais para vendas: CRM, e-mail, redes sociais
- Planilhas eletrônicas para controle de vendas e estoque
- Inteligência artificial aplicada ao comércio: chatbots, análise de dados
- Segurança da informação: senhas, backups, privacidade
- Ética digital e responsabilidade no uso de tecnologias.

Bibliografia Básica

- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.
- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.

Competências

- Utilizar softwares de escritório e ferramentas digitais no comércio
- Organizar dados em planilhas e sistemas de gestão
- Aplicar inteligência artificial em atividades de vendas
- Atuar com responsabilidade digital e segurança da informação.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Matemática: organização e análise de dados em planilhas
- Língua Portuguesa: comunicação digital com clientes.

Bibliografia Complementar

- ARANTES, Elaine. Marketing em eventos. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2013. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1353/Marketing_em_eventos.pdf?sequence=1. Acesso em: 11 ago. 2025.
- MICROSOFT. Power BI. Disponível em: <https://powerbi.microsoft.com/pt-br/>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- GOOGLE. Data Studio. Disponível em: <https://datastudio.google.com/>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- MARKETING AI INSTITUTE. Aplicações de IA na comunicação comercial. Disponível em: <https://www.marketingaiinstitute.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

Objetivos

Apresentar aos estudantes os conceitos fundamentais sobre o mundo do trabalho, suas transformações e exigências contemporâneas. Desenvolver competências para compreender direitos e deveres trabalhistas, explorar possibilidades de atuação profissional e utilizar ferramentas digitais e inteligência artificial para busca de oportunidades e construção de trajetórias profissionais.

Ementa

- História e evolução do mundo do trabalho
- Direitos e deveres trabalhistas
- Empregabilidade e competências profissionais
- Ferramentas digitais para busca de emprego
- Inteligência artificial aplicada à orientação profissional
- Planejamento de carreira e protagonismo juvenil.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Compreender o funcionamento do mercado de trabalho
- Identificar oportunidades de atuação profissional
- Utilizar ferramentas digitais e IA para busca de emprego
- Planejar trajetórias profissionais com autonomia.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)..

Componente Curricular

Introdução ao Mundo do Trabalho

Habilidades

- Pesquisar oportunidades de trabalho em plataformas digitais
- Interpretar informações sobre direitos trabalhistas
- Utilizar simuladores e softwares de orientação profissional
- Elaborar planos de carreira com base em interesses e tendências.

Base Tecnológica

- História e evolução do trabalho
- Direitos e deveres trabalhistas
- Empregabilidade e competências profissionais
- Ferramentas digitais: LinkedIn, Gupy, Glassdoor
- Inteligência artificial aplicada à orientação profissional
- Planejamento de carreira e protagonismo juvenil
- Ética e cidadania no mundo do trabalho.

Bibliografia Básica

- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.
- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.

Competências

- Compreender os direitos e deveres no mundo do trabalho
- Utilizar ferramentas digitais para busca de oportunidades
- Planejar trajetórias profissionais com foco em empregabilidade
- Integrar inteligência artificial à orientação profissional.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Língua Portuguesa: leitura e interpretação de textos informativos
- Matemática: análise de dados sobre mercado de trabalho

Bibliografia Complementar

- ARANTES, Elaine. Marketing em eventos. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2013. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1353/Marketing_em_eventos.pdf?sequence=1. Acesso em: 11 ago. 2025.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. São Paulo: Pearson, 2021.
- OPENAI. ChatGPT: ferramenta de IA para comunicação e atendimento. Disponível em: <https://chat.openai.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- MARKETING AI INSTITUTE. Aplicações de IA na comunicação comercial. Disponível em: <https://www.marketingaiinstitute.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Legislação Empresarial e Trabalhista

Objetivos

Compreender os fundamentos legais que regem as relações empresariais e trabalhistas no Brasil. Identificar os direitos e deveres de empresas e trabalhadores, com base na legislação vigente. Aplicar conhecimentos jurídicos no contexto das vendas, com foco na ética e na cidadania. Utilizar ferramentas digitais e inteligência artificial para consulta e interpretação de normas legais.

Ementa

- Estudo da legislação empresarial e trabalhista aplicada ao setor comercial.
- Estrutura jurídica das empresas: tipos societários, registro e obrigações legais.
- Regimes tributários e suas implicações.
- Direitos e deveres do empregador e do empregado segundo a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).
- Código de Defesa do Consumidor e sua aplicação nas relações comerciais.
- Introdução à legislação previdenciária e normas de segurança do trabalho.
- Utilização de sistemas digitais e inteligência artificial para apoio à interpretação jurídica e tomada de decisão.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Atuação ética e responsável nas relações comerciais.
- Domínio de conhecimentos legais aplicáveis ao ambiente de vendas.
- Capacidade de interpretar e aplicar normas jurídicas no cotidiano profissional.
- Autonomia e responsabilidade no cumprimento da legislação vigente.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)..

Componente Curricular

Legislação Empresarial e Trabalhista

Habilidades

- Analisar contratos e documentos legais com senso crítico.
- Utilizar sistemas digitais para registro e consulta de normas jurídicas.
- Relacionar legislação trabalhista com práticas de gestão de pessoas.
- Aplicar princípios legais na resolução de conflitos comerciais.

Base Tecnológica

- Estrutura jurídica das empresas: MEI, EIRELI, LTDA, SA.
- Regimes tributários: Simples Nacional, Lucro Real, Lucro Presumido.
- Consolidação das Leis do Trabalho (CLT): contratos, jornada, remuneração, direitos e deveres.
- Código de Defesa do Consumidor: garantias, publicidade, práticas abusivas.
- Legislação previdenciária e segurança do trabalho.
- Ferramentas digitais e IA para consulta jurídica (JusBrasil, simuladores, sistemas ERP).
- Ética e cidadania nas relações de trabalho.
- Aplicações práticas com uso de simuladores e softwares livres.

Bibliografia Básica

- ALBANO, Cícero José; COLETO, Aline Cristina. Direito aplicado a cursos técnicos. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2010. ISBN 978-85-63687-05-0.

Competências

- Interpretar e aplicar normas legais relacionadas ao ambiente empresarial e trabalhista.
- Identificar os principais tipos de empresas e suas obrigações legais.
- Reconhecer os direitos do consumidor e sua relevância nas práticas comerciais.
- Utilizar recursos tecnológicos e inteligência artificial para consulta e análise de legislação.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Linguagens: leitura e interpretação de textos legais e normativos.
- Matemática: cálculos trabalhistas e tributários.
- Ciências Humanas: ética, cidadania e direitos sociais.
- Ciências da Natureza: segurança e saúde no trabalho.

Bibliografia Complementar

- BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho – CLT. Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm. Acesso em: 24 set. 2025.
- BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 24 set. 2025.
- JUSBRASIL. Consultas jurídicas e legislação comentada. São Paulo: JusBrasil, 2025. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br>. Acesso em: 24 set. 2025.
- CALCULADOR. Simulador de cálculo trabalhista. São Paulo: Calculador.com.br, 2025. Disponível em: <https://www.calculador.com.br>. Acesso em: 24 set. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Técnicas de Vendas e Negociação

Objetivos

Desenvolver competências para aplicar técnicas de vendas e negociação em diferentes contextos comerciais, com foco no relacionamento com o cliente, na comunicação assertiva e na utilização de ferramentas digitais e inteligência artificial para apoio à tomada de decisão.

Ementa

- Fundamentos das técnicas de vendas
- Processo de negociação comercial
- Perfil do cliente e abordagem de vendas
- Comunicação assertiva e persuasiva
- Ferramentas digitais e IA aplicadas à negociação
- Gestão do relacionamento com o cliente (CRM)

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Aplicar técnicas de vendas e negociação com foco em resultados
- Utilizar ferramentas digitais para apoio à negociação
- Estabelecer relacionamento ético e eficaz com o cliente
- Atuar com empatia, escuta ativa e comunicação clara.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)..

Componente Curricular

Técnicas de Vendas e Negociação

Habilidades

- Realizar abordagem de vendas com empatia e escuta ativa
- Utilizar softwares de CRM e plataformas digitais
- Conduzir negociações com foco em soluções
- Interpretar o perfil do cliente e adaptar estratégias.

Base Tecnológica

- Fundamentos das técnicas de vendas
- Etapas do processo de negociação
- Perfil do cliente e tipos de abordagem
- Comunicação assertiva e persuasiva
- Ferramentas digitais e inteligência artificial
- CRM e gestão do relacionamento com o cliente
- Ética e responsabilidade nas práticas comerciais.

Bibliografia Básica

- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.
- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.

Competências

- Aplicar técnicas de vendas em diferentes contextos comerciais
- Conduzir negociações com foco em resultados e relacionamento
- Utilizar ferramentas digitais e IA para apoio à negociação.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Língua Portuguesa – comunicação oral e escrita
- Matemática – análise de dados e metas comerciais.

Bibliografia Complementar

- ARANTES, Elaine. Marketing em eventos. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2013. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1353/Marketing_em_eventos.pdf?sequence=1. Acesso em: 11 ago. 2025.
- OPENAI. ChatGPT: ferramenta de IA para comunicação e atendimento. Disponível em: <https://chat.openai.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- MARKETING AI INSTITUTE. Aplicações de IA na comunicação comercial. Disponível em: <https://www.marketingaiinstitute.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- GOMES, Carla. Gestão comercial com inteligência artificial. São Paulo: Saraiva, 2022.

Curso Técnico em Vendas

Gestão de Estoques e Logística

Objetivos

Desenvolver competências para planejar, organizar e controlar estoques e processos logísticos utilizando ferramentas digitais e inteligência artificial. Estimular a compreensão da cadeia de suprimentos, da movimentação de mercadorias e da importância da logística para o sucesso comercial.

Ementa

- Fundamentos de gestão de estoques
- Logística comercial e cadeia de suprimentos
- Classificação e controle de materiais
- Sistemas digitais de gestão de estoques (ERP)
- Inteligência artificial aplicada à logística
- Indicadores logísticos e tomada de decisão.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Planejar e controlar estoques com eficiência
- Utilizar sistemas digitais e IA para gestão logística
- Interpretar indicadores logísticos
- Atuar com foco em organização e resultados.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)..

Componente Curricular

Gestão de Estoques e Logística

Habilidades

- Classificar e organizar materiais
- Utilizar sistemas ERP para controle de estoque
- Interpretar relatórios logísticos
- Propor melhorias nos processos de armazenagem e distribuição.

Base Tecnológica

- Fundamentos da gestão de estoques
- Tipos de estoque e classificação de materiais
- Logística comercial e cadeia de suprimentos
- Sistemas ERP e controle digital de estoques
- Inteligência artificial aplicada à logística
- Indicadores logísticos: giro, cobertura, acuracidade
- Planejamento de armazenagem e distribuição
- Ética e sustentabilidade na logística.

Bibliografia Básica

- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.
- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.

Competências

- Aplicar técnicas de gestão de estoques
- Utilizar ferramentas digitais para controle logístico
- Interpretar dados e indicadores logísticos
- Integrar IA aos processos de movimentação e armazenagem.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Matemática: cálculos de giro de estoque, cobertura e indicadores
- Língua Portuguesa: leitura e interpretação de relatórios técnicos
- Tecnologia da Informação: uso de sistemas ERP e plataformas digitais.

Bibliografia Complementar

- KUMMER, Mauro José. Gestão de estoques. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2012. Disponível em: <https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1360/Gestao%20de%20Estoques.pdf?sequence=1>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- PAURA, Glávio Leal. Introdução à logística. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2012. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/734/2a_Disciplina_-_Introducao_a_Logistica.pdf?sequence=1. Acesso em: 11 ago. 2025.
- OPENAI. Inteligência artificial aplicada à logística. Disponível em: <https://openai.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- GOMES, Carla. Gestão logística com inteligência artificial. São Paulo: Saraiva, 2022.
- SILVA, João. Indicadores logísticos e controle de estoques. São Paulo: Atlas, 2021.

Curso Técnico em Vendas

Ética e Relações Humanas no Trabalho

Objetivos

Desenvolver competências para atuar com ética, empatia e respeito nas relações interpessoais no ambiente de trabalho. Estimular o pensamento crítico sobre valores humanos, diversidade, inclusão e responsabilidade social, integrando ferramentas digitais e inteligência artificial para promover ambientes colaborativos e saudáveis.

Ementa

- Ética profissional e responsabilidade social
- Relações humanas no trabalho
- Diversidade e inclusão
- Empatia, respeito e comunicação assertiva
- Inteligência emocional e resolução de conflitos
- Uso de IA para mediação e gestão de pessoas.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Atuar com ética e responsabilidade nas relações profissionais
- Promover ambientes colaborativos e respeitosos
- Utilizar ferramentas digitais para comunicação e gestão de pessoas
- Demonstrar empatia e inteligência emocional.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)..

Componente Curricular

Ética e Relações Humanas no Trabalho

Habilidades

- Identificar comportamentos éticos e antiéticos
- Utilizar comunicação assertiva em ambientes profissionais
- Empregar inteligência emocional na resolução de conflitos
- Utilizar plataformas digitais para promover relações humanas saudáveis.

Base Tecnológica

- Fundamentos da ética profissional
- Diversidade, inclusão e responsabilidade social
- Comunicação assertiva e empatia
- Inteligência emocional e resolução de conflitos
- Ferramentas digitais e IA na gestão de pessoas
- Ambientes colaborativos e saudáveis.

Bibliografia Básica

- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.
- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.

Competências

- Aplicar princípios éticos nas relações de trabalho
- Promover o respeito à diversidade e à inclusão
- Utilizar IA e ferramentas digitais para gestão de pessoas
- Resolver conflitos com empatia e assertividade

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Língua Portuguesa – Comunicação oral e escrita assertiva
- Sociologia – Relações sociais, diversidade e inclusão

Bibliografia Complementar

- KUMMER, Mauro José. Gestão de estoques. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2012. Disponível em: <https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1360/Gestao%20de%20Estoques.pdf?sequence=1>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- PAURA, Glávio Leal. Introdução à logística. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2012. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/734/2a_Disciplina_-_Introducao_a_Logistica.pdf?sequence=1. Acesso em: 11 ago. 2025.
- OPENAI. Inteligência artificial aplicada à gestão de pessoas. Disponível em: <https://chat.openai.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- GOMES, Carla. Gestão de pessoas com inteligência emocional. São Paulo: Saraiva, 2022.
- MARKETING AI INSTITUTE. Aplicações de IA na comunicação e gestão. Disponível em: <https://www.marketingaiinstitute.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Visual Merchandising

Objetivos

Compreender os princípios e estratégias do visual merchandising aplicados ao ambiente de vendas. Planejar e executar ações de exposição de produtos com foco na atratividade e na experiência do consumidor. Utilizar recursos visuais, tecnológicos e criativos para potencializar resultados comerciais. Desenvolver senso estético e crítico sobre a comunicação visual no ponto de venda.

Ementa

- Estudo dos conceitos, técnicas e aplicações do visual merchandising no varejo.
- Planejamento de vitrines, ambientação de loja, sinalização e disposição de produtos.
- Relação entre identidade visual, comportamento do consumidor e estratégias de marketing.
- Utilização de softwares livres e ferramentas digitais, incluindo inteligência artificial, para criação de layouts e simulações de espaços comerciais.
- Tendências contemporâneas e sustentáveis no design de ambientes de venda.
- Integração entre estética, funcionalidade e comunicação visual.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Capacidade de planejar e executar ações visuais que impactem positivamente a experiência de compra.
- Domínio de ferramentas digitais e criativas aplicadas ao ambiente comercial.
- Atuação ética, inovadora e alinhada às tendências do mercado.
- Comunicação eficaz por meio de elementos visuais e espaciais.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)

Componente Curricular

Visual Merchandising

Habilidades

- Criar vitrines e ambientações comerciais com foco em atratividade e funcionalidade.
- Utilizar softwares livres e simuladores para desenvolver layouts e sinalizações.
- Aplicar princípios de design e comunicação visual em projetos de merchandising.
- Integrar elementos visuais com estratégias de marketing e vendas.

Base Tecnológica

- Conceitos e fundamentos do visual merchandising.
- Planejamento de vitrines e ambientação de loja.
- Disposição estratégica de produtos e sinalização.
- Identidade visual e branding no ponto de venda.
- Comportamento do consumidor e experiência de compra.
- Ferramentas digitais e IA para criação de layouts e simulações.
- Tendências sustentáveis e inovadoras no design comercial.
- Softwares livres para design de ambientes (ex: Sweet Home 3D, Planner 5D, Canva).
- Estudo de casos e aplicação prática em ambientes simulados.

Bibliografia Básica

- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.
- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.

Competências

- Planejar e aplicar técnicas de exposição de produtos em diferentes ambientes comerciais.
- Utilizar ferramentas digitais e IA para criação de projetos visuais.
- Relacionar estética, funcionalidade e identidade da marca no ponto de venda.
- Avaliar o impacto das estratégias visuais no comportamento do consumidor.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Linguagens: leitura de imagens, interpretação de elementos visuais e comunicação não verbal.
- Matemática: proporções, medidas e organização espacial.
- Ciências Humanas: comportamento do consumidor e cultura visual.
- Ciências da Natureza: sustentabilidade e uso consciente de materiais.

Bibliografia Complementar

- DUARTE, Marília. Visual merchandising: estratégias para o ponto de venda. São Paulo: Senac, 2018. SEBRAE.
- Como montar uma vitrine atrativa. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-montar-uma-vitrine-atrativa>. Acesso em: 24 set. 2025.
- CANVA. Ferramenta de design gráfico online. Disponível em: <https://www.canva.com>. Acesso em: 24 set. 2025. SWEET HOME 3D.
- Software livre para design de interiores. Disponível em: <https://www.sweethome3d.com>. Acesso em: 24 set. 2025. PLANNER 5D.
- Simulador de ambientes comerciais. Disponível em: <https://planner5d.com>. Acesso em: 24 set. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Direito do Consumidor

Objetivos

Compreender os direitos e deveres do consumidor e do fornecedor nas relações de consumo. Aplicar os princípios do Código de Defesa do Consumidor (CDC) no contexto das vendas e do atendimento ao cliente. Desenvolver postura ética e responsável nas práticas comerciais. Utilizar ferramentas digitais e inteligência artificial para consulta e análise de normas de proteção ao consumidor.

Ementa

- Estudo dos fundamentos do Direito do Consumidor e sua aplicação no ambiente comercial.
- Princípios e objetivos do Código de Defesa do Consumidor.
- Direitos básicos do consumidor.
- Responsabilidade civil nas relações de consumo.
- Práticas abusivas, publicidade enganosa e cláusulas contratuais.
- Atendimento ao cliente e resolução de conflitos.
- Utilização de sistemas digitais e inteligência artificial para consulta jurídica e apoio à tomada de decisão.
- Ética e cidadania nas relações de consumo.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Atuação ética e responsável nas relações comerciais.
- Domínio dos direitos e deveres nas relações de consumo.
- Capacidade de aplicar normas legais no atendimento ao cliente.
- Uso de tecnologias para consulta e apoio jurídico.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)

Componente Curricular

Direito do Consumidor

Habilidades

- Reconhecer os direitos básicos do consumidor em diferentes situações comerciais.
- Analisar contratos e práticas comerciais com senso crítico e ético.
- Utilizar sistemas digitais para consulta ao CDC e jurisprudências.
- Mediar conflitos com base na legislação e na cidadania.

Base Tecnológica

- Princípios e objetivos do Código de Defesa do Consumidor.
- Direitos básicos do consumidor.
- Responsabilidade civil nas relações de consumo.
- Práticas abusivas e publicidade enganosa.
- Cláusulas contratuais e proteção jurídica.
- Atendimento ao cliente e resolução de conflitos.
- Ferramentas digitais e IA para consulta jurídica (JusBrasil, Procon Digital, simuladores).
- Ética e cidadania nas relações de consumo.
- Estudo de casos e aplicação prática em ambientes simulados.

Bibliografia Básica

- ALBANO, Cícero José; COLETO, Aline Cristina. Direito aplicado a cursos técnicos. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2010. ISBN 978-85-63687-05-0.

Competências

- Interpretar e aplicar os princípios do Código de Defesa do Consumidor.
- Identificar práticas comerciais abusivas e propor soluções éticas.
- Utilizar ferramentas digitais e IA para análise de normas e resolução de conflitos.
- Promover atendimento ao cliente com base na legislação vigente.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Linguagens: interpretação de textos legais e comunicação assertiva.
- Matemática: análise de valores, contratos e cálculos de ressarcimento.
- Ciências Humanas: ética, cidadania e direitos sociais.

Bibliografia Complementar

- BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em: 24 set. 2025.
- PROCON. Portal do Consumidor. São Paulo: Fundação Procon-SP, 2025. Disponível em: <https://www.procon.sp.gov.br>. Acesso em: 24 set. 2025.
- JUSBRASIL. Consultas jurídicas e legislação comentada. São Paulo: JusBrasil, 2025. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br>. Acesso em: 24 set. 2025.
- SEBRAE. Atendimento ao cliente e relações de consumo. Brasília: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2025. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 24 set. 2025.
- CALCULADOR. Simulador de cálculo de ressarcimento e trocas. São Paulo: Calculador.com.br, 2025. Disponível em: <https://www.calculador.com.br>. Acesso em: 24 set. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Atendimento ao Cliente

Objetivos

Desenvolver competências para realizar atendimentos comerciais com empatia, clareza e foco na satisfação do cliente. Estimular o uso de tecnologias digitais e inteligência artificial para melhorar a experiência do consumidor e fortalecer o relacionamento com o público.

Ementa

- Fundamentos do atendimento ao cliente
- Tipos de atendimento: presencial, telefônico e digital
- Empatia, escuta ativa e comunicação assertiva
- Uso de ferramentas digitais e IA no atendimento
- Gestão de reclamações e fidelização de clientes
- Indicadores de qualidade no atendimento.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Realizar atendimentos com foco na satisfação do cliente
- Utilizar tecnologias digitais e IA para melhorar a experiência do consumidor
- Atuar com ética, empatia e responsabilidade
- Interpretar indicadores de qualidade no atendimento.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)

Componente Curricular

Atendimento ao Cliente

Habilidades

- Realizar atendimentos presenciais e digitais com empatia
- Utilizar plataformas de atendimento automatizado
- Interpretar indicadores de qualidade e satisfação
- Propor melhorias no processo de atendimento.

Base Tecnológica

- Conceitos de atendimento ao cliente
- Tipos de atendimento e canais de comunicação
- Empatia, escuta ativa e linguagem positiva
- Ferramentas digitais: chatbots, CRM e IA
- Gestão de reclamações e feedbacks
- Indicadores de qualidade e satisfação
- Ética e responsabilidade no atendimento.

Bibliografia Básica

- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.
- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.

Competências

- Aplicar técnicas de atendimento ao cliente
- Utilizar ferramentas digitais e IA para comunicação com o consumidor
- Gerenciar reclamações e propor soluções
- Atuar com foco na fidelização e na experiência do cliente.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Língua Portuguesa – comunicação oral e escrita
- Matemática – interpretação de indicadores e gráficos.

Bibliografia Complementar

- ARANTES, Elaine. Marketing em eventos. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2013. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1353/Marketing_em_eventos.pdf?sequence=1. Acesso em: 11 ago. 2025.
- OPENAI. ChatGPT: ferramenta de IA para comunicação e atendimento. Disponível em: <https://chat.openai.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- MARKETING AI INSTITUTE. Aplicações de IA na comunicação comercial. Disponível em: <https://www.marketingaiinstitute.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.

Curso Técnico em Vendas

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)

Objetivos

Desenvolver competências para utilizar sistemas de gestão comercial (ERP) no controle de vendas, estoques, clientes e processos administrativos. Estimular o uso de inteligência artificial e ferramentas digitais para tomada de decisão, análise de dados e automação de processos comerciais.

Ementa

- Conceitos de ERP e sistemas integrados
- Módulos de vendas, estoque, financeiro e CRM
- Automação de processos comerciais
- Inteligência artificial aplicada à gestão comercial
- Análise de dados e relatórios gerenciais
- Segurança da informação e ética no uso de sistemas.

Pontos de Correlação com o Perfil do Egresso

- Utilizar sistemas ERP para controle de vendas e estoques
- Interpretar relatórios gerenciais e propor melhorias
- Integrar ferramentas digitais e IA à gestão comercial
- Atuar com responsabilidade e ética no uso de sistemas.

1ª série

Fundamentos de Marketing

Comunicação e Expressão para Vendas

Informática Aplicada às Vendas

Introdução ao Mundo do Trabalho

2ª série

Legislação Empresarial e Trabalhista

Técnicas de Vendas e Negociação

Gestão de Estoques e Logística

Ética e Relações Humanas no Trabalho

3ª série

Visual Merchandising

Direito do Consumidor

Atendimento ao Cliente

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)

Componente Curricular

Sistemas de Gestão Comercial (ERP)

Habilidades

- Utilizar módulos de vendas, estoque e financeiro em sistemas ERP
- Gerar e interpretar relatórios gerenciais
- Integrar IA e BI à gestão comercial
- Configurar e operar sistemas de gestão com segurança.

Base Tecnológica

- Conceitos de ERP e sistemas integrados
- Módulos de gestão: vendas, estoque, financeiro, CRM
- Automação de processos e integração de dados
- Inteligência artificial e BI na gestão comercial
- Segurança da informação e ética digital
- Configuração e operação de sistemas ERP.

Bibliografia Básica

- ROSA, Marcos Paulo. Métodos e ferramentas do marketing. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-47-0.
- VALBUZA, José Claudio. Técnicas de comercialização. 1. ed. atualizada. São Paulo: Editora LT, 2012. ISBN 978-85-63687-38-8.

Competências

- Operar sistemas ERP em ambientes comerciais
- Interpretar dados e relatórios para tomada de decisão
- Automatizar processos com uso de ferramentas digitais
- Aplicar princípios éticos na gestão de informações.

Pontos de Integração com a Formação Geral Básica

- Matemática – interpretação de dados e indicadores
- Língua Portuguesa – leitura de relatórios e comunicação Técnica.

Bibliografia Complementar

- KUMMER, Mauro José. Gestão de estoques. Instituto Federal do Paraná, Rede e-Tec Brasil, 2012. Disponível em: <https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/1360/Gestao%20de%20Estoques.pdf?sequence=1>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- OPENAI. Inteligência artificial aplicada à gestão comercial. Disponível em: <https://chat.openai.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- MARKETING AI INSTITUTE. Aplicações de IA na gestão comercial. Disponível em: <https://www.marketingaiinstitute.com>. Acesso em: 11 ago. 2025.
- GOMES, Carla. Gestão comercial com inteligência artificial. São Paulo: Saraiva, 2022.