

GESTÃO COMERCIAL
Projeto Pedagógico de Curso

Projeto Pedagógico

Tecnólogo em Gestão Comercial

1. OFERTA DO CURSO

REGIME ESCOLAR

Semestral

CARGA HORÁRIA

1717 horas

DURAÇÃO MÍNIMA

4 Semestres

MODALIDADE

Presencial

- **Presencial Flex:** aulas presenciais, com uso predominante de metodologias ativas em sala de aula e/ou espaços de prática, além de disciplinas ofertadas a distância por meio de ambiente virtual de aprendizagem conforme matriz curricular específica. Esta modalidade poderá conter oferta de carga horária na modalidade de Ensino a Distância - EAD na organização pedagógica e curricular, até o limite de 40% da carga horária total do curso, conforme determinado na Portaria MEC No. 2117, de 06 de dezembro de 2019 e publicada no Diário Oficial da União em 12 de dezembro de 2019.

ATOS AUTORIZATIVOS DO CURSO E ÚLTIMOS RESULTADOS DE AVALIAÇÕES REALIZADAS PELO MEC

Em dezembro de 2010 iniciamos as formações dos Gestores Comerciais do presente e do futuro Acumulando ao longo desse tempo a formação de excelentes profissionais sendo reconhecido pelo mercado pelo melhor curso da região, Sob atos regulatórios Este Curso contempla em sua trajetória dos seguintes condicionantes legais. Portaria de Autorização nº246, de 06 de dezembro de 2010, publicada no DOU em 09 de dezembro de 2010. Portaria de Reconhecimento nº 204, de 25 de junho de 2020, publicado no DOU de 07 de julho de 2020. Tendo Conceito 4 na avaliação do MEC.Os atos

autorizativos do curso e os últimos resultados de avaliações realizadas pelo MEC podem ser observados no Anexo A.

2. APRESENTAÇÃO E DIFERENCIAIS DO CURSO

Vivemos num mundo cada vez mais competitivo, que enfrenta continuamente mudanças nas mais variadas áreas da vida quotidiana e que devem ser operadas por profissionais competentes e capazes de direcionar os caminhos dos negócios de acordo com as oportunidades. O profissional de Gestão Comercial é valorizado exatamente em função de sua expertise em relacionamentos comerciais e gestão de negócios, nas questões comerciais, tributárias, legais e tecnológicas em cenários muito competitivos.

O Curso de Gestão Comercial conta com os diferenciais como o NPN (Núcleo de Prática em Negócios), em que são realizados projetos diversos para engajamento discente, além de ser orientado pelas práticas de metodologias ativas em sala de aula, o que garante o desenvolvimento de competências que o mercado procura.

O Curso de Gestão Comercial forma os profissionais que são capazes de compreender como funciona o fluxo comercial da atualidade compreendendo todas as premissas modernas da Industria 4.0 para o contexto das vendas.

3. PÚBLICO ALVO E ÁREAS DE ATUAÇÃO

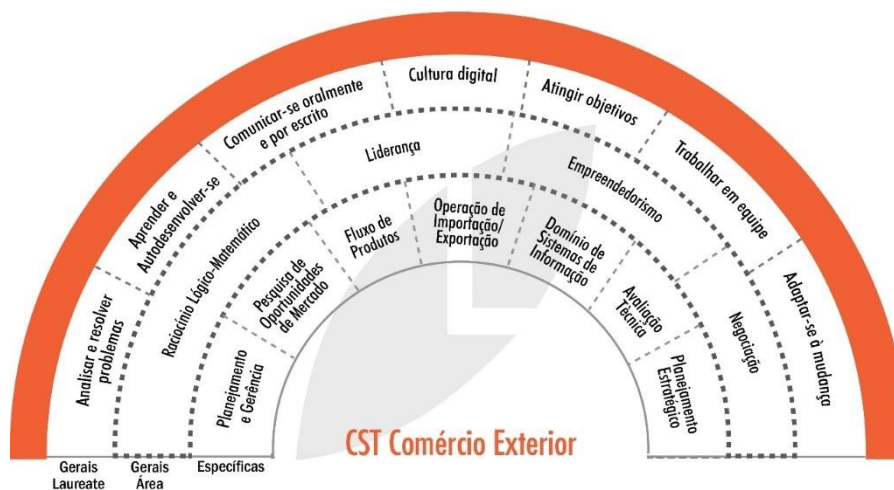
O curso se destina a pessoas interessadas a desenvolver, ampliar ou formalizar competências profissionais na área do curso. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção de egressos do curso, que podem ocupar posições de trabalho nos setores público e privado, nas áreas de processos de gestão pertinentes à atividade organizacional nos segmentos de serviço, em varejo ou atacado, assim como alunos provenientes do Ensino Médio ou profissionais em busca de titulação.

O profissional de Gestão Comercial pode atuar em diversas áreas em empresas privadas como pesquisa de mercado, análise de resultados, gestão de vendas e gestão de relações comerciais, entre tantas outras, em pequenas, médias e grandes empresas.

4. OBJETIVO GERAL DO CURSO

O Curso de Gestão Comercial tem como objetivo formar profissionais competentes para lidarem com o planejamento financeiro, econômico, comercial e tributário de modo a aumentar sua competitividade e melhorar os resultados das empresas.

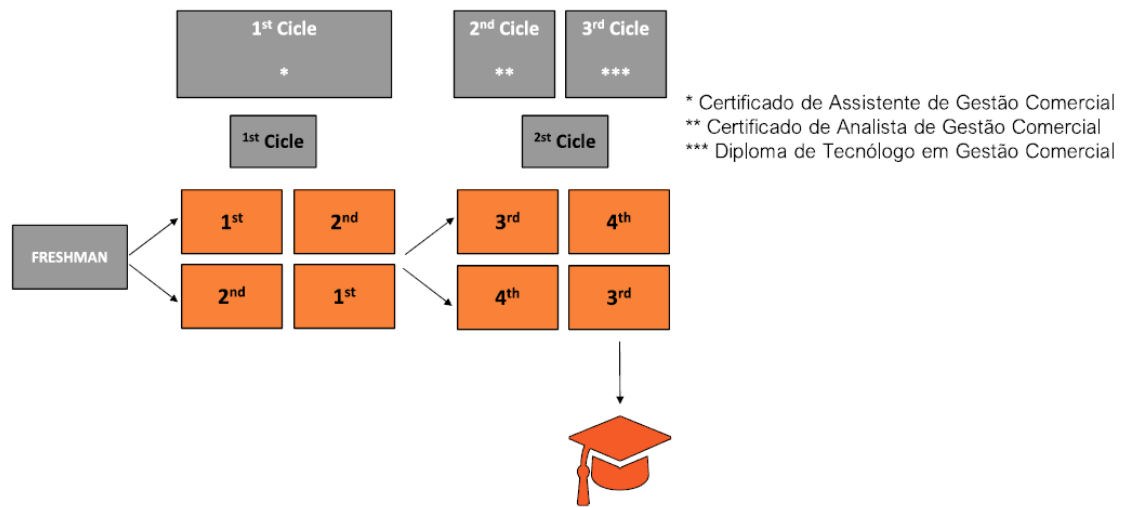
5. COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS DO EGRESSO



As seguintes competências expressam o perfil profissional do egresso do curso:

6. MATRIZ CURRICULAR

A matriz curricular do Curso de Gestão Comercial é composta de 2 ciclos que são desenhados da seguinte forma:



Curso: Gestão Comercial				
CICLOS	Período/Série	Disciplina	CH Total	Oferta
1º	1º Período	DIREITO APLICADO A NEGÓCIOS	66	Online
		FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO	66	Presencial
		FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	66	Presencial
		COMUNICAÇÃO	88	Online
		RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	66	Presencial
2º	2º Período	FUNDAMENTOS DE MARKETING	66	Presencial
		LIDERANÇA, CULTURA E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL	66	Online
		ESTATÍSTICA PARA GESTORES	66	Presencial
		EMPREENDEDORISMO	88	Online
		DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL	66	Presencial
		PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS I	33	Presencial
3º	3º Período	MÉTODOS DE PREÇO, CUSTOS E CUSTEIO	66	Presencial
		MATEMÁTICA FINANCEIRA	66	Presencial
		GESTÃO DA LOGÍSTICA INTEGRADA	66	Presencial
		Gestão de E-Commerce	66	Online
		DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS	88	Online

		PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	66	Presencial
		PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS II	33	Presencial
4º	4º Período	ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS	66	Online
		ESTRATÉGIAS DE NEGOCIAÇÃO	66	Presencial
		Marketing Digital	66	Online
		PESQUISA DE MERCADO	66	Presencial
		OPTATIVA	66	Online
		GESTÃO DE PROJETOS	66	Presencial
		PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS III	33	Presencial

7. EMENTAS:

DIREITO APLICADO A NEGÓCIOS

Versa sobre os reflexos jurídicos das relações negociais, os aspectos relativos à personalidade e à capacidade civil, às sociedades empresariais, suas espécies e formas de constituição, com foco nas implicações trabalhistas, tributárias, consumeristas e na responsabilidade dos sócios e gestores.

FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO

Examina o processo de gestão das organizações, apresentando as áreas funcionais da administração, os níveis de uma estrutura organizacional e a relação dos ambientes interno e externo, enfatizando as competências necessárias para o gestor exercer o seu papel.

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

Enfoca os fundamentos da teoria econômica, envolvendo a micro e a macroeconomia. Discute os principais problemas econômicos que afetam a sociedade e as organizações, além de tratar das intervenções governamentais que levam ao crescimento e desenvolvimento econômico.

COMUNICAÇÃO

Estuda o processo comunicativo em diferentes contextos sociais. Discute o uso de elementos linguísticos adequados às peculiaridades de cada tipo de texto e situação comunicativa. Identifica e reflete sobre as estratégias linguístico-textuais em gêneros diversificados da oralidade e da escrita.

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Atuação do profissional em tecnologia de gestão como profissional responsável e comprometido com as temáticas sociais, tais como ética, inclusão social, relações étnico-raciais, diversidade cultural: cultura afro-brasileira e indígena, diversidade sexual e religiosa, pessoas com deficiência, gerações; direitos humanos e cultura da paz; responsabilidade social corporativa (social, econômico e ambiental).

ESTATÍSTICA PARA GESTORES

Estuda os conceitos necessários à análise exploratória de dados, distribuições de frequência e seus gráficos, medidas de tendência central, medidas de variação e medidas de dispersão. Explora a proposição de situações-problema para construção da aprendizagem significativa.

FUNDAMENTOS DE MARKETING

Discute o processo de planejamento, implantação e gestão de marketing, abordando o conceito e o papel do marketing nas organizações, as questões referentes à segmentação, o posicionamento e a colocação no mercado, além de descrever o composto do marketing. Enfatiza ainda a manutenção e o crescimento em mercados correntes e a abertura de novos mercados.

EMPREENDEDORISMO

Apresenta a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento, bem como os seus conceitos de e evolução histórica. Descreve o empreendedorismo como competência sócio emocional e as características do Comportamento Empreendedor como criatividade, empreendedorismo e inovação. Demonstra a ação empreendedora nos âmbitos corporativo, social e na criação de Novos Negócios.

LIDERANÇA, CULTURA E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Discute o comportamento humano nas organizações sob três perspectivas: do indivíduo, do grupo e do sistema organizacional. Introduz elementos do comportamento humano, como aptidões, características pessoais e personalidade, além de abranger conceitos sobre motivação, grupos e equipes,

comunicação, liderança, poder e política, conflitos e negociação, cultura, mudança e ética.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Dedica-se ao entendimento da importância da adequada gestão dos recursos organizacionais, que envolvem pessoas, capitais, materiais, produção, mercados, clientes, processos e estruturas, que quando bem geridos servem como ferramentas de desempenho organizacional. Dedica-se ainda a compreensão do ambiente organizacional, com foco em seus processos e recursos internos realizando diagnóstico da estrutura organizacional, a partir da visão sistêmica das relações entre recursos e funções organizacionais.

PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS I

Aplica conhecimentos sobre a gestão dos recursos organizacionais, que envolvem pessoas, capitais, materiais, produção, mercados, clientes, processos e estruturas, dedicando-se a compreensão do ambiente organizacional, com foco em seus processos e recursos internos realizando diagnóstico da estrutura organizacional, a partir da visão sistêmica das relações entre recursos e funções organizacionais.

MÉTODOS DE PREÇO, CUSTOS E CUSTEIO

Compreende os diferentes sistemas de custeio e os fatores que afetam os custos empresariais, explorando a capacidade de avaliação e expressão de opinião sobre o sistema de custo mais adequado à matriz operacional e à estratégia de uma organização. Avalia aspectos de mercado, estratégicos, tributários, qualitativos e quantitativos para a formação de preço.

MATEMÁTICA FINANCEIRA

A disciplina aborda os conceitos e cálculos da Matemática Financeira que envolve juros simples, desconto simples, juros compostos, desconto composto, taxa de juros, séries financeiras, amortização e empréstimos.

GESTÃO DA LOGÍSTICA INTEGRADA

A disciplina estuda o histórico e conceitos da logística integrada. Apresenta o sistema de recebimento de carga, o processo de armazenagem, a infraestrutura

e os modais de transporte na cadeia de suprimentos e distribuição. Apresenta estratégias de transporte, dimensionamento de frotas e roteirização. Propõe uma análise sistêmica da cadeia logística e a utilização de modelos para determinar a localização, os custos envolvidos e indicadores de desempenho.

GESTÃO DE E-COMMERCE

Percorre a evolução do e-commerce no Brasil e no mundo, os conceitos básicos e o perfil do profissional de e-commerce. Aborda o consumo virtual, seus conceitos, o comportamento do consumidor digital e o ciberespaço por meio das atitudes e processo de compra no ambiente virtual, além dos princípios básicos do atendimento no e-commerce e as técnicas de relacionamento e fidelização.

DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

Estuda temas relevantes da contemporaneidade como o processo de construção da cidadania e suas respectivas interfaces com os direitos humanos, ética e diversidade. Analisa as interferências antrópicas no meio ambiente e discute o desenvolvimento sustentável e o impacto das inovações tecnológicas. Aborda ainda tendências e diretrizes sociopolíticas, e questões de responsabilidade social e justiça.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Trata da conscientização sobre a construção de estratégias empresariais diferenciadas, o entendimento das políticas empresariais, a avaliação estratégica com ferramentas de Balanced Scorecard e definição de indicadores estratégicos e a consolidação do planejamento estratégico como ferramenta de gestão.

PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS II

Dedica-se a aplicação de conceitos sobre objetivos e estratégias organizacionais, apoiada em metodologias e teorias atuais, considerando os passos necessários para a concepção do Planejamento Estratégico: análise do ambiente externo, tendências e descontinuidades, análise do ambiente interno, representação do portfólio, estratégia de balanceamento do portfólio.

ADMINISTRAÇÃO DE VENDAS

A disciplina aborda o planejamento estratégico de vendas em suas diversas modalidades e etapas, considerando desde os aspectos comportamentais e métodos de acompanhamento, análise e controle dos resultados (métricas - KPI's) até a ética e moralidade nas ações de vendas e pós-vendas.

ESTRATÉGIAS DE NEGOCIAÇÃO

Aborda a negociação de maneira integrativa, discute a gestão de conflitos, apresenta os perfis de comportamentos, os estilos de negociação, as estratégias de negociação, as etapas do processo decisório, a ética nas negociações, a administração estratégica de vendas, o processo de vendas, o relacionamento baseado em valor, a estrutura e as funções de vendas.

MARKETING DIGITAL

Introdução ao marketing digital (a economia e o marketing digital). A revolução digital e a ruptura do comportamento de compra. Os ambientes do marketing digital. Marketing de conteúdo. Marketing nas mídias sociais. Marketing viral. Marketing móvel. Pesquisa e publicidade online. Principais canais e estratégias de marketing digital. Novas tecnologias e o marketing relacionado. Monitoramento e medição. Aspectos de segurança, éticos e legais.

PESQUISA DE MERCADO

Estuda conceitos fundamentais da pesquisa de mercado na metodologia qualitativa e quantitativa. Introduz, enfoca e aprofunda o planejamento de pesquisa, a definição dos objetivos, elaboração de instrumentos de coleta de dados, aplicação, tratamento dos dados e elaboração do relatório final da pesquisa

OPTATIVA

GESTÃO DE PROJETOS

Aborda a implementação de projetos por meio de modelagem e gestão de projetos. Estuda métodos e técnicas apoiadas pelas práticas do PMBOK (PMI), tais como análise de grupos de processos e mapeamento de áreas de conhecimento de projetos, definição do perfil do gerente de projetos, análise de

informações dos projetos e desenvolvimento de relatório de implementação de projetos. Discute ainda a gestão da mudança organizacional.

PROJETO APLICADO A NEGÓCIOS III

Aborda a implementação de projetos por meio de modelagem e gestão de projetos. Estuda métodos e técnicas como PMI, PMBOK, mapeamento e acompanhamento dos riscos de projetos, definição do perfil do gerente de projetos, análise de informações dos projetos e desenvolvimento de relatório de implementação de projetos. Discute ainda a gestão da mudança organizacional.

OPTATIVA

A proposta curricular é marcada pela flexibilidade que se materializa na oferta de disciplinas Optativas, aumentando o leque de possibilidade de formação para os estudantes com disciplinas que visam agregar conhecimentos ao estudante e enriquecer o currículo permitindo a busca do conhecimento de acordo com o interesse individual.

ATIVIDADE COMPLEMENTAR

As Atividades Complementares constituem práticas acadêmicas obrigatórias, para os estudantes dos cursos de graduação, em conformidade com a legislação que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Superior e com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Tem o propósito de enriquecer o processo de ensino-aprendizagem, privilegiando a complementação da formação social e profissional e estão formalizadas na Instituição por meio de Regulamento próprio devidamente aprovado pelas instâncias superiores, estando disponível para consulta.

8. METODOLOGIA, SISTEMA DE AVALIAÇÃO E DE FREQUÊNCIA

Componente Curricular presencial

- **Metodologia:** O curso visa desenvolver os talentos e competências de seus estudantes para que se tornem profissionais éticos, críticos, empreendedores e comprometidos com o desenvolvimento social e ambiental. A aprendizagem é entendida como um processo ativo, por meio do qual conhecimentos, habilidades e atitudes são construídos pelo estudante a partir da relação que estabelece com o mundo e com as pessoas com quem se relaciona. As aulas são estruturadas de forma a garantir elementos didáticos significativos para a aprendizagem.
- **Avaliação e frequência:** A avaliação do desempenho escolar é realizada de forma continuada, por meio do uso de diferentes instrumentos de avaliação. Para aprovação, a Nota Final da disciplina deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis), além da necessária frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina.

Componente Curricular online

- **Metodologia:** é disponibilizado um Ambiente Virtual de Aprendizagem (*Blackboard*), além de promover a familiarização dos estudantes com a modalidade a distância. No modelo *web-based*, o processo educativo é realizado com base na aprendizagem colaborativa e significativa, por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação. O objetivo é proporcionar uma relação de aprendizagem que supere as dimensões de espaço/tempo e que desenvolva competências necessárias para a formação dos futuros profissionais, valorizando o seu papel ativo no processo.
- **Avaliação e frequência:** A avaliação do desempenho escolar é realizada no decorrer da disciplina, com entrega de atividades online e a realização de uma prova presencial, obrigatória, realizada na instituição ou polo de apoio presencial em que o estudante está devidamente matriculado. Para aprovação, a Nota Final da disciplina deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis). Outro critério para aprovação é a frequência mínima de 75% da

carga horária total da disciplina. A frequência é apurada a partir da completude das atividades propostas no Ambiente Virtual de Aprendizagem.

9. QUALIFICAÇÃO DOS DOCENTES

O corpo docente é constituído por professores especialistas, mestres e doutores e de reconhecida capacidade técnico-profissional, atendendo aos percentuais de titulação exigidos pela legislação.

No Anexo B, tem-se a relação dos professores que integram o corpo docente do curso.

10. INFRAESTRUTURA

Dentre os espaços mínimos apresentados nas sedes das Instituições encontram-se:

- Instalações administrativas para o corpo docente e tutorial e para o atendimento aos candidatos e estudantes;
- Sala(s) de aula para atender às necessidades didático-pedagógicas dos cursos ou encontros de integração;
- Recursos de Informática para o desenvolvimento de atividades diversas, com acesso à internet;
- Áreas de convivência;
- Biblioteca: a consulta às bibliografias básica e complementar são garantidas na sua totalidade em bases de acesso virtuais disponíveis no Ambiente Virtual de Aprendizagem, página da biblioteca, área do aluno e acervos físicos. A IES e os polos contam com espaços de estudos. Desta forma, procura-se assegurar uma evidente relação entre o acervo com o Projeto Pedagógico do Curso, assim como manter uma constante atualização das indicações bibliográficas das disciplinas que compõem a estrutura curricular de cada curso. O acesso à informação é facilitado por serviços especializados, bem como pela disponibilização de computadores nas bibliotecas com acesso à Internet para execução de pesquisa e acesso à bases de periódicos indexados e portais de livros eletrônicos. As consultas aos acervos local e online estão disponíveis por meio da página

da biblioteca no endereço: <https://unifg.edu.br/biblioteca/>

- Laboratórios didáticos especializados e profissionais: de acordo com o(s) curso(s) ofertado(s), deverão constar laboratórios didáticos específicos em consonância com a proposta pedagógica do curso.

Conheça os locais de oferta do curso, para todas as modalidades, no site institucional: <https://unifg.edu.br/graduacao-tradicional/gestao-comercial/>

ANEXO A – ATOS AUTORIZATIVOS DO CURSO E ÚLTIMOS RESULTADOS DE AVALIAÇÕES REALIZADAS PELO MEC

Modalidade/Local de Oferta	Ato Autorizativo - Criação	Último Ato Autorizativo (Reconhecimento ou Renovação de Reconhecimento)	Conceito de Curso (CC)	ENADE	Conceito Preliminar de Curso (CPC)
Presencial/Piedade	Portaria de Autorização nº246, de 06 de dezembro de 2010, publicada no DOU em 09 de dezembro de 2010.	Portaria de Reconhecimento nº 204, de 25 de junho de 2020, publicado no DOU de 07 de julho de 2020.	4	3	4

ANEXO B – RELAÇÃO DOS PROFESSORES QUE INTEGRAM O CORPO DOCENTE DO CURSO

Nome do Docente	Titulação	Regime de Trabalho
ACACIO MARTINS PEREIRA NETTO	Especialista	Tempo Integral
ADERISON JOSE ROCHA	Especialista	Tempo Parcial
ADERVAL RODRIGUES FERREIRA	Especialista	Horista
BRUNO CESAR DA SILVA	Especialista	Horista

BRUNO PEREIRA FERNANDES DO MACIEL	Mestre	Tempo Parcial
CHARLES RENE SOUSA SILVA	Especialista	Horista
CRISTIANE COSTA	Especialista	Horista
DIOGO LIMA CATÃO	Mestre	Horista
EDSON BRIGIDO DA SILVA NETO	Especialista	Tempo Integral
EDSON DE CARVALHO TORRES	Especialista	Tempo Parcial
ERICA DE CARVALHO PAZ	Mestre	Tempo Integral
FERNANDO JOSE DE ANDRADE AFFONSO	Mestre	Horista
FRED LINS CALDAS	Especialista	Horista
HELEN SUZEN ROSENDO DO MONTE	Especialista	Horista
IB FERREIRA LEITE	Mestre	Horista
JESSICA ELLANY OLIVEIRA SILVA	Especialista	Horista
JOSE RENATO DE FRANÇA	Mestre	Horista
JOSE RODOLFO MELO CAVALCANTE RODRIGUES	Especialista	Horista
LYTIENE RODRIGUES DA CUNHA	Mestre	Horista
MANUELA ALBUQUERQUE DE MELO	Mestre	Horista
Marianna Nazare Pontual da Silva Dias	Especialista	Horista
PEDRO RODRIGUES DE SOUZA SOBRINHO	Especialista	Horista
RICARDO FRANCISCO DA SILVA	Mestre	Tempo Integral
RITA DE CASSIA VASCONCELOS PEDROZA	Mestre	Horista
SAULO HENRIQUE VASCONCELOS	Mestre	Horista
TACIANO LIMA DOS SANTOS	Especialista	Horista
Valquíria Jaques Andrade		
VLADIA GEANE MOURA SILVA	Especialista	Horista
Waléria Guerreiro Lima	Doutora	Tempo Integral
José Mendes da Silva Filho	Especialista	Horista