

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES DE PEDREIRAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM
GESTÃO COMERCIAL

Pedreiras-MA
2018

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

Prof. Dr. Gustavo Pereira da Costa

Reitor

Prof. Dr. Walter Canales Sant'Ana

Vice-Reitor

Prof. Gilson Martins Mendonça

Pró-Reitor de Administração

Prof. Antônio Roberto Coelho Serra

Pró-Reitor de Planejamento

Prof. Dr. Marcelo Cheche Galves

Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Profa. Dra. Andréa de Araújo

Pró-Reitora de Graduação

Prof. Dr. Paulo Henrique Aragão Catunda

Pró-Reitor de Extensão e Assuntos Estudantis

Profa. Carmem Lúcia de Moraes Costa

Direção do Centro de Estudos Superiores de Pedreiras - CESPE

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES DE PEDREIRAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM
GESTÃO DO COMERCIAL**

**COMISSÃO DE ELABORAÇÃO DO PROJETO
PORTARIA Nº 001/2018 – Direção do CESP**

Prof.^a Dra. Fabíola de Jesus Soares Santana (CECEN/UEMA)
Prof.^a Dra. Sanny Fernanda Nunes Rodrigues (DEFIL/CECEN/UEMA)
Prof.^a Profa. Carmem Lúcia de Moraes Costa (CESPE/UEMA)

IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

DENOMINAÇÃO DO CURSO

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DO GESTÃO COMERCIAL

TIPO DE CURSO: Graduação Tecnológica

TITULAÇÃO CONFERIDA: Tecnólogo em Gestão Comercial

MODALIDADE DO CURSO: Presencial

ÁREA: Gestão e Negócios

AMPARO LEGAL DO CURSO:

- LDB n° 9.394;
- Parecer CNE/CES 436/2001;
- Resolução CNE/CP 3/2002 (Diretrizes Curriculares Nacionais para organização e funcionamento dos Cursos Superiores de Tecnologia);
- Decreto Federal n° 2.208/1997 – Níveis de Educação Profissional;
- Decreto n° 5.154/2004 - Alternativas de Educação Profissional;
- Decreto n° 5.773/2006; - Regulação, Supervisão e Avaliação de IES e Curso;
- Portaria n° 10, de 28 de julho de 2006, do Ministério da Educação, que aprova o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia;
- Portaria Normativa n° 12, de 14 de agosto de 2006, do Ministério da Educação, que dispõe sobre a adequação da denominação dos cursos superiores de tecnologia ao Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia;
- Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-brasileira e Africana (Resolução CNE/CP n° 01 de 17 de junho de 2004);
- Resolução CONAES n° 1, de 17/06/2010, Núcleo Docente Estruturante (NDE);
- Portaria Normativa n° 12/2006, Denominação dos Cursos Superiores de Denominação dos Cursos Superiores de Tecnologia;
- Portaria n° 10, 28/07/2006; Portaria N° 1024, 11/05/2006; Resolução CNE/CP n° 3, 18/12/2002, Carga horária mínima, em horas – para Cursos Superiores de Tecnologia;
- Decreto n° 5.626, de 22 de dezembro de 2005, Regulamenta a Lei no 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei no 10.098, de 19 de dezembro de 2000;
- Parecer CNE/CEB n° 17/1997 – Diretrizes Operacionais;
- Parecer CNE/CEB n° 16/1999 e Resolução CNE/CEB n° 04/1999 – Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica;
- Parecer CNE/CP n° 29/2002 e Resolução CNE/CP n° 03/2004 – Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Tecnológica;
- Parecer CNE/CEB n° 39/2004 e Resolução CNE/CEB n° 01/2005 - Atualização das Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação Profissional,
- Parecer CNE/CEB n° 40/2004 – Avaliação e Certificação de Competências;
- Embasamento interno;
- Regimento Institucional;
- Projeto Pedagógico Institucional - PPI

PERÍODO DE INTEGRALIZAÇÃO: 02 (dois) anos no mínimo e 03 (três) anos no máximo.

REGIME LETIVO: Semestral

TURNOS DE OFERTA: Matutino

REGIME DE MATRÍCULAS: semestral, em unidades curriculares

VAGAS AUTORIZADAS: 30 vagas (Entrada única)

CARGA HORÁRIA DO CURSO: 1830h

DISCIPLINAS NÚCLEO ESPECÍFICO: 1470h

NÚCLEO COMUM: 240h

NÚCLEO LIVRE: 120h (mínimo a cumprir)

ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO: 90 h

ATIVIDADES COMPLEMENTARES: 180 h

TÍTULO ACADÊMICO: Tecnólogo em Gestão Comercial

DADOS INSTITUCIONAIS:

NOME DA INSTITUIÇÃO: UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO

CNPJ: 06.352.421/0001-68

SITE: www.uema.br

ENDEREÇO: Travessa Paulo VI, s/n – Cidade Universitária Paulo VI – São Luís/MA

TELEFONE: (98) 2016 8100

CENTRO DE ESTUDOS DE SUPERIORES DE PEDREIRAS - CESPE

ENDEREÇO: Rua Projetada, s/n, Bairro São Francisco



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

CARACTERIZAÇÃO INSTITUCIONAL

CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO

1 ESTUDO DE VIABILIDADE DO CURSO

1.1 Dados socioeconômicos do município

1.2 Dados educacionais do ensino médio

1.3 Oferta de curso idêntico ou afim oferecido no município

1.4 Existência de entidades públicas, privadas e do terceiro setor para egressos do curso

1.5 Profissionais existentes no município e região, na área de conhecimento do curso

2. DIMENSÃO 1 – ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

2.1 Políticas institucionais no âmbito do ensino, da extensão e da pesquisa

2.2 Requisitos de acesso

2.3 Apoio discente e atendimento educacional especializado

2.4 Objetivos do curso

2.5 Competências e habilidades

2.6 Perfil profissional do egresso

2.7 Regime escolar

2.8 Currículo

2.9 Matriz curricular

2.9.1 Estrutura curricular

2.9.2 Ementários e referências das disciplinas do curso

2.9.3 Estágio curricular supervisionado

- 2.9.4 Atividades complementares - AC
- 2.9.5 Trabalho de conclusão de curso - TCC
- 2.10 Metodologia de funcionamento do curso
- 2.11 Avaliação
 - 2.11.1 Avaliação do ensino-aprendizagem
 - 2.11.2 Avaliação institucional

3. DIMENSÃO 2 – CORPO DOCENTE E TUTORIAL

- 3.1 Núcleo docente estruturante – NDE
- 3.2 Colegiado de curso
- 3.3 Gestão do curso
- 3.4 Corpo docente
- 3.5 Corpo técnico-administrativo

4. DIMENSÃO 3 – INFRAESTRUTURA

- 4.1. Infraestrutura física existente para desenvolvimento das atividades pedagógicas
- 4.2. Acervo bibliográfico

REFERÊNCIAS

APRESENTAÇÃO

Este projeto tem como propósito apresentar a organização da proposta de criação do Curso Superior de Tecnologia em Gestão do Comércio para o Centro de Estudos Superiores de Pedreiras a fim de atender a uma demanda de qualificação e formação básica das pessoas, alavancando o comércio e a indústria regional, gerando mão-de-obra qualificada, novas frentes de trabalho, novos empregos, melhoria na qualidade dos serviços prestados, sistematização na resolução dos problemas locais, com a possibilidade de manter as pessoas em suas cidades, diminuindo a migração para outros lugares com melhor infraestrutura, gerando possibilidades para o emprego e a empregabilidade.

CARACTERIZAÇÃO INSTITUCIONAL

A Universidade Estadual do Maranhão teve sua origem na Federação das Escolas Superiores do Maranhão – FESM, criada pela Lei nº 3.260, de 22 de agosto de 1972 para coordenar e integrar os estabelecimentos isolados do sistema educacional superior do Maranhão.

Posteriormente, em 1981 a FESM foi transformada na Universidade Estadual do Maranhão – UEMA, através da Lei nº 4.400, de 30 de dezembro de 1981. Nessa época a instituição contava com apenas três campi e sete unidades de ensino. Porém, somente em 1987 a UEMA teve seu funcionamento autorizado pelo Decreto Federal nº 94.143, de 25 de março de 1987, como uma Autarquia de regime especial, pessoa jurídica de direito público, na modalidade multicampi.

A princípio, a UEMA foi vinculada à Secretaria Estadual de Educação. Após a reforma administrativa implantada pelo Governo do Estado, em 1999, a SEDUC foi transformada em Gerência de Estado de Desenvolvimento Humano – GDH.

Em 2002 a UEMA foi desvinculada da GDH pela Lei Estadual nº 7.734, de 19 de abril de 2002, que dispôs novas alterações na estrutura administrativa do Governo, e passou a integrar a Gerência de Estado de Planejamento e Gestão.

Em 2003 com a reorganização estrutural do Estado e com a criação do Sistema Estadual de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, a UEMA vinculou-se à Gerência de Estado da Ciência, Tecnologia, Ensino Superior e Desenvolvimento Tecnológico – GECTEC, hoje, Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação – SECTI.

Conforme seu Estatuto, aprovado pelo Decreto 15.581, de 30 de Maio de 1.997 os objetivos da UEMA são: promover o ensino de graduação e pós-graduação, a extensão universitária e a pesquisa, a difusão do conhecimento, a produção de saber e de novas tecnologias interagindo com a comunidade, com vistas ao desenvolvimento social, econômico e político do Maranhão.

Destaca-se, também, o direcionamento da UEMA para a atuação no âmbito da sociedade e no desenvolvimento do Maranhão. Fundamenta-se nos pilares: ensino, pesquisa e extensão, como meios para a produção e difusão do conhecimento. Sob esses fundamentos está assentada sua missão: “Produzir e difundir conhecimento orientado para a cidadania e formação profissional, por meio do ensino, pesquisa e extensão, priorizando o desenvolvimento do Maranhão” (UEMA, 2017).

CONTEXTUALIZAÇÃO DO CURSO

Pedreiras é centro regional de abastecimento de 16 cidades na região do Mearim e concentra os órgãos regionais como Detran, Justiça Estadual e do Trabalho, Ministério Público, Defensoria pública, Caema, Funasa, OAB (Subseção de Pedreiras) e Secretaria da fazenda estadual e outros.

Apresenta uma vocação comercial e de Gestão Comercial que resultaram em empreendimentos no ramo do comércio varejista, atacadista, de transporte e distribuição de gêneros alimentícios. Na região existe grande extrativismo de produtos da palmeira de babaçu. Na região temos indústrias que processam este óleo e também fazem sabão e produtos de limpeza. A produção rural está voltada para a criação de bovinos, caprinos e extrativismo vegetal. Em volta da cultura do arroz, o comércio se fortaleceu.

Aliado a estes aspectos e considerando a missão institucional e ao contexto em que se situa, a UEMA projetou a formação do Tecnólogo em Gestão Comercial voltada para as transações comerciais, na qual atende as diversas formas de intervenção (varejo, atacado, representação etc.) de qualquer setor. Nesse contexto, este curso oportunizará ao profissional, conhecimentos das condições de viabilidade econômico-financeiro-tributária, dos instrumentos de relacionamento com o cliente, atuando no planejamento, operação, implementação e atualização de sistemas de informações comerciais que proporcionem maior rentabilidade e flexibilidade ao processo de comercialização. Atua no fluxo de informações com os clientes, proporcionando maior visibilidade institucional da empresa, definindo estratégias de

venda de serviços e produtos, gerenciando a relação custo e preço final e buscando a garantia da qualidade para os clientes internos e externos.

Espera-se, portanto, desenvolver um profissional dotado de visão estratégica e atitude empreendedora, ao passo que o aluno é constantemente desafiado a gerar soluções para problemas relacionados ao trade, posicionamento de mercado, gestão do relacionamento, criação de vantagens competitivas, além de estudar outras áreas relacionadas à vendas, mas que afetam o desempenho das organizações, como comunicação, custos, previsão de demanda, projetos, e recrutamento, seleção e treinamento da equipe comercial e seus impactos na rentabilidade e visibilidade da organização.

1 ESTUDO DE VIABILIDADE DO CURSO

1.1 Dados socioeconômicos do município

Pedreiras é um município brasileiro do estado do Maranhão. Localiza-se a uma latitude 04°34'08" sul e a uma longitude 44°35'31" oeste (Figura. 1). É a cidade-polo da Região de Planejamento do Médio Mearim, tem uma população estimada em 2017 de 38.365 pessoas. No último censo 2010 apresentou um total de 39.448 habitantes. Apresenta uma densidade demográfica [2010] de 136,77 hab/km² (IBGE 2010).

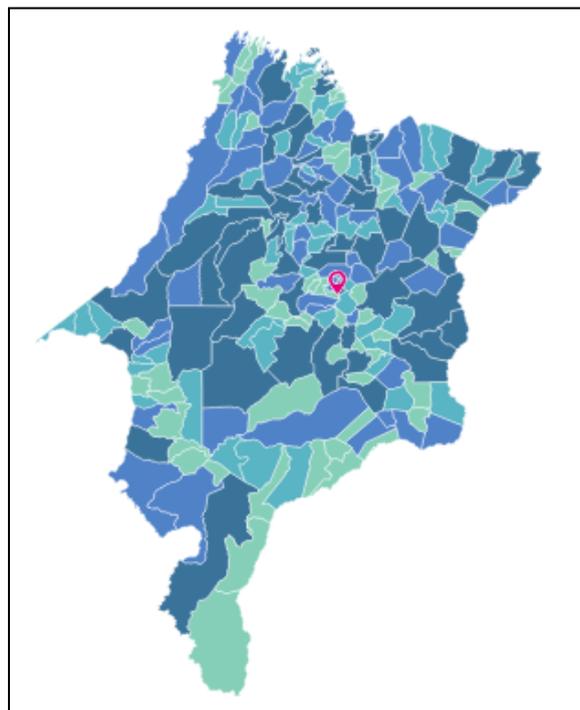


Fig.1 – Localização do município de Pedreiras-MA

Possui uma área de 534,514 km². Pedreiras é interligada a Trizidela Do Vale, um antigo bairro emancipado, pela Ponte Francisco Sá. É o centro regional de abastecimento de 16 cidades na região do Mearim e concentra os órgãos regionais como Detran, Justiça Estadual e do Trabalho, Ministério Público, Defensoria pública, Caema, Funasa, OAB (Subseção de Pedreiras) e Secretaria da fazenda estadual e outros.

Em 2015, o salário médio mensal era de 1.7 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 13.6%. Na comparação com os outros municípios do estado, ocupava as posições 96 de 217 e 9 de 217, respectivamente. Já na comparação com cidades do país todo, ficava na posição 3666 de 5570 e 2451 de 5570, respectivamente. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 44.7% da população nessas condições, o que o colocava na posição 204 de 217 dentre as cidades do estado e na posição 2177 de 5570 dentre as cidades do Brasil.

Tem vocação comercial e de Gestão Comercial resultaram em empreendimentos no ramo do comércio varejista, atacadista, de transporte e distribuição de gêneros alimentícios. Na região existe grande extrativismo de produtos da palmeira de babaçu. Na região temos indústrias que processam este óleo e também fazem sabão e produtos de limpeza. A produção rural está voltada para a criação de bovinos, caprinos e extrativismo vegetal. Em volta da cultura do arroz, o comércio se fortaleceu.

Apresentou um PIB per capita em 2015 de R\$ 11.103,01. O Percentual das receitas oriundas de fontes externas neste mesmo ano de 2015 foi 84,3%. Quanto ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de 2010 observou-se um valor de 0.682. Em 2014 apresentou um Total de receitas realizadas estimado em 74.346,00 R\$ (×1000) e um Total de despesas empenhadas 78.852,00 R\$ (×1000) (IBGE, 2018).

1.2 Dados educacionais do ensino médio

Em 2015, os alunos dos anos iniciais da rede pública da cidade tiveram nota média de 4.5 no IDEB. Para os alunos dos anos finais, essa nota foi de 3.5. Na comparação com cidades do mesmo estado, a nota dos alunos dos anos iniciais colocava esta cidade na posição 48 de 217. Considerando a nota dos alunos dos anos finais, a posição passava a 99 de 217. A taxa de escolarização (para pessoas de 6 a 14 anos) foi

de 97.5 em 2010. Isso posicionava o município na posição 60 de 217 dentre as cidades do estado e na posição 2904 de 5570 dentre as cidades do Brasil

A taxa de escolarização de 6 a 14 anos de idade em 2010 foi de 97,5 %. O resultado do IDEB – Anos iniciais do ensino fundamental em 2015 foi de 4.5 e de 3.5 para os anos finais do ensino fundamental.

Quanto ao número de matrículas no ensino fundamental em 2015, têm-se 6.518 matrículas e para o ensino médio 1.965 matrículas. Em relação ao quantitativo de docentes no ensino fundamental no mesmo ano, observou-se 415 docentes e 138 docentes no ensino médio.

Em 2015 o número de estabelecimentos de ensino fundamental era de 41 escolas e o número de estabelecimentos de ensino médio de 6 escolas.

1.3 Oferta de curso idêntico ou afim oferecido no município

Não há oferta de curso idêntico ou afim oferecido no município .

1.4 Existência de entidades públicas, privadas e do terceiro setor para egressos do curso

Empresas de beneficiamento de bens de consumo e industriais. Empresas de comercialização de insumos. Empresas de planejamento, desenvolvimento de projetos, assessoramento técnico e consultoria. Empresas prestadoras de serviços de consumo final. Empresas varejistas, atacadistas e de representação comercial. Institutos e Centros de Pesquisa. Instituições de Ensino, mediante formação requerida pela legislação vigente.

A importância da área de vendas para as empresas, mesmo em tempos de crise, garante a demanda por profissionais que entendem as mudanças no perfil do consumidor. O tecnólogo faz carreira como vendedor, representante comercial, gerente comercial e diretor comercial em empresas diversas.

Os grandes varejistas são os maiores empregadores. Além de realizar as vendas, ele prospecta clientes, visando a aumentar a lucratividade do negócio. Outras possibilidades são atuar nas equipes internas, que dão suporte para quem lida com o cliente, ter a própria firma de representação ou trabalhar como autônomo, dando consultoria para lojas. O setor de comércio destaca-se em número de empresas dentre as demais atividades (Tabela 1).

Tabela 1. Número de empresas e organizações atuantes por ramo de atividade

Informação e comunicação	7
Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas	548
Outras atividades de serviços	41
Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados	4
Indústrias de transformação	33
Transporte, armazenagem e correio	27
Saúde humana e serviços sociais	22
Administração pública, defesa e seguridade social	2
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	2
Atividades administrativas e serviços complementares	18
Alojamento e alimentação	18
Atividades profissionais, científicas e técnicas	17
Educação	16
Construção	15
Artes, cultura, esporte e recreação	12
Atividades imobiliárias	1
Organismos internacionais e outras instituições extraterritoriais	0
Eletricidade e gás	0
Indústrias extrativas	0
Água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação	0

1.5 Profissionais existentes no município e região, na área de conhecimento do curso

No 1º semestre de 2017 (em 17 de agosto de 2017) ocorreu a colação de grau de 12 egressos do CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL ofertado pelo Núcleo de Tecnologias para a Educação (UEMANET) da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA).

2. DIMENSÃO 1 – ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

2.1 Políticas institucionais âmbito de ensino, da extensão e da pesquisa

O projeto pedagógico deverá buscar a formação integral e adequada do estudante por meio de uma articulação entre o ensino, a pesquisa e a extensão. Será estimulada a inclusão e a valorização das dimensões ética e humanística na formação do estudante, desenvolvendo atitudes e valores orientados para a cidadania e para a solidariedade. Tal formação também será assegurada por meio do vínculo institucional, das políticas institucionais de ensino, extensão e pesquisa. Serão estimulados também no currículo, os princípios de flexibilidade e integração estudo/trabalho.

No âmbito da Universidade Estadual do Maranhão, existem atividades integradoras relacionadas ao currículo. Além disso, existem políticas implementadas pela Pró-Reitoria de Graduação tais como:

- o Programa Reforço e Oportunidade de Aprender (PROAprender), criado pela Resolução nº 990/2017 – CONSUN/UEMA com o objetivo de implementar ações pedagógicas para elevar o rendimento e desempenho acadêmico dos estudantes; aprimorar e desenvolver habilidades e competências dos estudantes relacionadas ao processo de aprendizagem de conteúdos básicos referentes aos diversos componentes curriculares dos cursos de graduação da Uema; diminuir a evasão e a permanência de estudantes com índice elevado de reprovação.

As políticas institucionais para a consolidação e ampliação de ações de apoio ao desempenho da produção científica, há o Programa de Bolsa Produtividade desde 2016, nas categorias Bolsa Pesquisador Sênior e Bolsa Pesquisador Júnior. A finalidade do Programa é a valorização dos professores pesquisadores que tenham destaque em produção científica e formação de recursos humanos em pós-graduação *stricto sensu*.

Há também uma ação que estimula a produção acadêmico-científica dos professores por meio de uma bolsa Incentivo a Publicação Científica Qualificada pagas por publicação de artigos acadêmicos com Qualis A1 a B3 na área de formação/atuação do pesquisador; inclusão do pagamento de Bolsas por livro ou capítulo de livro publicado; inclusão do pagamento de apoio a tradução de artigos científicos, para publicação em língua estrangeira.

Por sua vez, é incentivada a participação de pesquisadores e alunos da Universidade em redes de pesquisa nacionais e internacionais, fomentando o intercâmbio e fortalecendo os grupos de pesquisa existentes, além de estimular a criação de novos grupos, garantindo as condições para o desenvolvimento de suas atividades. Além disso, existe também o incentivo à participação dos estudantes no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Pesquisa (PIBID). Durante o curso, em articulação com as atividades de ensino, deverão ser estimuladas atividades de pesquisa, por meio da iniciação científica, em que os alunos bolsistas (CNPQ, FAPEMA, UEMA).

As atividades de extensão são desenvolvidas nas comunidades locais, com ações voltadas para as escolas públicas, logradouros públicos, coordenadas por professores vinculados ao Curso. Existe o Programa Institucional de Bolsas de Extensão da Universidade Estadual do Maranhão, vinculado à Pró-Reitoria de Extensão - PROEXAE. Tem como objetivo conceder bolsas de extensão a discentes regularmente matriculados nos cursos de graduação da UEMA, contribuindo para a sua formação acadêmico – profissional, num processo de interação entre a Universidade e a sociedade em que está inserido, por meio do desenvolvimento de projetos de extensão. A bolsa é concedida ao aluno da UEMA entre o segundo e o penúltimo período, indicado pelo professor coordenador do projeto, com vigência da bolsa de 12 (doze) meses. Para socialização desses projetos é realizado anualmente a Jornada de Extensão Universitária, promovido pela PROEXAE, no qual são apresentados os resultados obtidos na realização de projetos de extensão que envolvem docentes, discentes e comunidade, sendo obrigatória a participação de todos. Nela é concedida premiação aos melhores projetos desenvolvidos no período.

2.2 Requisitos de acesso

Ter concluído integralmente ou esteja cursando o terceiro ano do ensino médio em 2018.

2.3 Apoio discente e atendimento educacional especializado

A Universidade é um espaço de aprendizagem e, como tal, deve alcançar a todos. A inclusão social deve ser um dos pilares fundamentais de sua filosofia, possibilitando que todas as pessoas façam uso de seu direito à educação.

Dentre as políticas de Educação Inclusiva estão àquelas relacionadas aos alunos com necessidades especiais (tais como visuais, auditivas e de locomoção), assim como aquelas condizentes com a política de inclusão social, cultural e econômica. Implicando a inserção de todos, sem discriminação de condições linguísticas, sensoriais, cognitivas, físicas, emocionais, étnicas ou socioeconômicas e requer sistemas educacionais planejados e organizados que deem conta da diversidade de alunos e ofereçam respostas adequadas às suas características e necessidades.

O compromisso da UEMA com essas questões está explicitado no Programa de Apoio a Pessoas com Necessidades Especiais. Desde o momento em que foi aprovada a Resolução nº 231/00 de 29 de fevereiro de 2000, que instituiu o Núcleo Interdisciplinar de Educação Especial, esta tem sido uma das premissas do desenvolvimento desta IES. Dentre outras ações afirmativas, a resolução assegura condições de atendimento diferenciado nos campi da Instituição para estudantes com necessidades especiais.

A existência de condições de acesso fortalece o compromisso institucional com a garantia de acessibilidade. Diante disso, foi instituído pela Resolução nº 886/2014 de 11 de dezembro de 2014, a Comissão de Acessibilidade como segmento do Núcleo de Acessibilidade da UEMA (NAU), vinculado à Reitoria.

O NAU tem a finalidade de proporcionar condições de acessibilidade e garantir a permanência às pessoas com necessidades educacionais especiais no espaço acadêmico, incluindo todos os integrantes da comunidade acadêmica. O Núcleo operacionaliza suas ações baseado em diretrizes para uma política inclusiva a qual representa uma importante conquista para a educação, contribuindo para reduzir a evasão das pessoas com necessidades educacionais especiais. O objetivo do NAU é viabilizar condições para expressão plena do potencial do estudante durante o ensino e aprendizagem, garantindo sua inclusão social e acadêmica nesta Universidade.

Outras políticas institucionais de apoio ao discente quanto à permanência implementadas foram: a criação do Programa Bolsa de Trabalho (Resolução nº 179/2015 - CAD/UEMA); a instituição do Programa Auxílio Alimentação, como incentivado pecuniário mensal de caráter provisório em campi em que não existem restaurantes universitários (Resolução nº 228/2017 - CAD/UEMA); o Programa Auxílio

Moradia, viabilizando a permanência dos estudantes na universidade cujas famílias residam em outro país, estado ou município diferente dos campi de vínculo (Resolução nº 230/2017 - CAD/UEMA); o Programa Auxílio Creche que disponibiliza ajuda financeira aos discentes (Resolução nº 229/20157 - CAD/UEMA); criação do Programa de Mobilidade Acadêmica Internacional e Nacional para discentes dos cursos de graduação e pós-graduação (PROMAD).

2.4 Objetivos do curso

Capacitar profissionais para atuarem em transações comerciais da organização, atendendo às diversas formas de intervenção, sendo conhecedor das condições de viabilidade econômico-financeiro-tributária, dos instrumentos de relacionamento com o cliente, bem como dos princípios da qualidade, atuando no planejamento, operação, implementação e atualização de sistemas de informações comerciais.

Bem como garantir ao egresso formação e qualificação para que sejam criativos, proativos e éticos, por meio de desenvolvimento de habilidades e de competências que permitam a esses profissionais elaborar e avaliar estratégias que contribuam para o objetivo da organização; conhecer os modelos de gestão, objetivos e políticas de uma organização comercial; aplicar as ferramentas de relacionamento com o cliente; identificar oportunidades e ameaças no contexto ao qual está inserido; formação de profissionais capacitados a desenvolver de estratégias de vendas de serviços e produtos, gerenciando a relação entre custo e preço final; ter visão ampla e abrangente do processo de comercialização; analisar e avaliar produtos, serviços e demandas solicitadas e ofertadas no mercado de venda, de modo a identificar oportunidades e riscos para cada tipo de operação do mercado.

2.5 Competências e habilidades

O Curso de Tecnologia em Gestão Comercial habilita o profissional a atuar em organizações privadas, como gestores, negociadores e consultores de venda ou prestadores de serviços, nas esferas federal, estadual, distrital ou municipal, assim como a desenvolverem atividades, em instituições sem fins lucrativos, ligadas à logística, à promoção do bem estar social, desenvolvimento empresarial, pesquisa aplicada e inovação tecnológica. O curso habilita o profissional para atuar de forma criativa, ética, empreendedora com consciência e responsabilidade sobre o impacto sociocultural de sua atividade. Sendo assim, o tecnólogo em Gestão Comercial é aquele que:

■ Conhece a legislação, os processos e sistemas do comércio, seus princípios de negociação e administração, os instrumentos de informática e a influência do cenário econômico nas empresas;

■ Planeja, organiza, dirige, controla, avalia e gerencia os aspectos relacionados a administração e as relações interpessoais no âmbito comercial;

■ Atua na área administrativa, comércio varejista e atacadista, desenvolvendo funções de gestão intermediária no atendimento ao público, apoio administrativo, logística, marketing e negociação comercial;

■ Auxilia no setor de gestão com pessoas e materiais demonstrando compromisso pessoal com os valores e princípios éticos;

■ Possui visão crítica e responsável quanto ao setor comercial, prestando serviços de qualidade para os clientes, fornecedores e a sociedade em geral;

■ É proativo na busca de informação e criativo na solução de problemas;

■ Usa diferentes possibilidades de aprendizagem mediada por tecnologia no contexto do processo produtivo e da sociedade do conhecimento, desenvolvendo e aprimorando autonomia intelectual, pensamento crítico, espírito investigativo e criativo;

■ Atua social e profissionalmente de forma ética e responsável;

■ Revela atitude de boas relações humanas;

■ Contribui para a construção de organizações socialmente justas, economicamente viáveis e ecologicamente corretas;

■ Demonstra interesse nos princípios e procedimentos da Administração Comercial, visando ao bem-estar comum e às necessidades coletivas.

■ Utiliza adequadamente as interfaces do ambiente virtual, sistemas operacionais e aplicativos;

■ Expressa ideias de forma clara, empregando técnicas de comunicação apropriadas a cada situação;

■ Utiliza a linguagem técnico-comercial e oficial com correção e propriedade;

■ Executa os processos administrativos inerentes à profissão;

■ Utiliza os recursos avançados de planilha eletrônica;

■ Aplica os conceitos fundamentais de Gestão da Qualidade aos processos da organização utilizando as ferramentas de qualidade e métodos estatísticos para a resolução de problemas.

2.6 Perfil profissional do egresso

Articula e decide sobre as vendas em negócios diversos. Realiza estudos de viabilidade econômica, financeira e tributária. Elabora análises comerciais considerando as demandas e oportunidades do mercado. Planeja pesquisas de mercado. Desenvolve relacionamentos pós-venda com clientes. Gerencia sistemas de informações comerciais. Define métodos de formação de preços, considerando aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente. Gerencia a área comercial de uma organização. Avalia e emite parecer técnico em sua área de formação.

2.7 Regime escolar

Prazo para Integralização Curricular	Mínimo	Máximo
	2 anos (4 semestres)	3 anos (6 semestres)
Regime:	Semestral	
Dias anuais úteis:	200	
Dias úteis semanais:	6	
Semanas matrículas semestrais:	1	
Semanas provas semestrais:	3	
Carga horária do currículo:	1.830	
Total de créditos do Currículo do Curso:	110	
Horário de Funcionamento:	07h30min às 12h30min	

2.8 Currículo

Os conteúdos curriculares implantados no curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial busca possibilitar o desenvolvimento do perfil profissional do egresso

considerando, em uma análise sistêmica e global, os aspectos: atualização, adequação das cargas horárias (em horas) e adequação da bibliografia. Os conteúdos curriculares foram agrupados em disciplinas que compõem a estrutura curricular do curso. Todos os conteúdos de cada disciplina da estrutura curricular foram cadastrados no SISCON do curso e foram classificadas em: disciplinas comuns, disciplinas da área específica e disciplinas do núcleo livre.

O currículo do curso é flexível e considera a interdisciplinaridade, pois algumas disciplinas ofertadas simultaneamente estabelecem relações de análise e interpretação de conteúdos, objetivando propiciar ao discente uma melhor apropriação de um conhecimento mais abrangente e contextualizado. Em todos os quatro semestres, é realizado, pelos discentes, orientados pelos docentes, trabalhos técnico-científicos, que garantem o ensino que possibilita a aprendizagem e a aquisição de competências e habilidades. O currículo busca, também, a construção contínua de novos conhecimentos voltados para a formação e o aprimoramento de atitudes necessárias ao trabalho profissional.

2.9 Matriz curricular

MATRIZ CURRICULAR DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL						
1	Português Instrumental e Comunicação Empresarial	NE	60	4	0	4
2	Língua Estrangeira - Inglês		60	4	0	4
3	Introdução a Administração	NE	60	4	0	4
4	Metodologia da Pesquisa Científica	NC	60	4	0	4
5	Ética Profissional	NC	60	4	0	4
6	Economia e Mercado	NE	60	4	0	4
7	Legislação Empresarial e Código de Defesa do Consumidor	NE	60	4	0	4
8	Optativa I	NE	60	4	0	4
9	Marketing e Varejo	NE	60	4	0	4
10	Contabilidade Comercial	NE	60	4	0	4
11	Gestão com Pessoas	NE	60	4	0	4
12	Tecnologia da Informação Aplicada	NE	60	4	0	4
13	Finanças e Orçamento Empresarial	NE	60	4	0	4
14	Comportamento Organizacional	NE	60	4	0	4
15	Optativa II	NE	60	4	0	4
16	Gestão pela Qualidade e Melhoria de Processos	NE	60	4	0	4
17	Custo e Formação de Preços	NE	60	4	0	4
18	Estrutura e Processos Organizacionais	NE	60	4	0	4
19	Planejamento Estratégico Aplicado	NE	60	4	0	4
20	Comércio Eletrônico	NE	60	4	0	4
21	Logística	NE	60	4	0	4
22	Libras	NC	60	4	0	4
23	Comercialização e Atendimento	NE	60	4	0	4
24	Organização e Mercado	NE	60	4	0	4
25	Técnicas de Negociação	NE	60	4	0	4
26	Empreendedorismo	NE	60	4	0	4
27	Atividades Complementares	NE	90	0	2	2
28	Estágio	NE	180	0	4	4
29	Trabalho de Conclusão de Curso	*	*	*	*	*
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO			1710	96	6	102

2.9.1 Estrutura curricular

ESTRUTURA CURRICULAR DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL						
Cód .	1º PERÍODO - DISCIPLINAS	Núcleo	CH	Créditos		Total
				Teóricos	Práticos	
1	Português Instrumental e Comunicação Empresarial	NE	60	4	0	4
2	Língua Estrangeira - Inglês	NC	60	4	0	4
3	Introdução a Administração	NE	60	4	0	4
4	Metodologia da Pesquisa Científica	NC	60	4	0	4
5	Ética Profissional	NC	60	4	0	4
6	Economia e Mercado	NE	60	4	0	4
7	Legislação Empresarial e Código de Defesa do Consumidor	NE	60	4	0	4
SUBTOTAL			420	28	0	28
Cód .	2º PERÍODO - DISCIPLINAS	Núcleo	CH	Créditos		Total
				Teóricos	Práticos	
1	Optativa I	NE	60	4	0	4
2	Marketing e Varejo	NE	60	4	0	4
3	Contabilidade Comercial	NE	60	4	0	4
4	Gestão com Pessoas	NE	60	4	0	4
5	Tecnologia da Informação Aplicada	NE	60	4	0	4
6	Finanças e Orçamento Empresarial	NE	60	4	0	4
7	Comportamento Organizacional	NE	60	4	0	4
SUBTOTAL			420	28	0	28
Cód .	3º PERÍODO - DISCIPLINAS	Núcleo	CH	Créditos		Total
				Teóricos	Práticos	
1	Optativa II	NE	60	4	0	4
2	Gestão pela Qualidade e Melhoria de Processos	NE	60	4	0	4
3	Custo e Formação de Preços	NE	60	4	0	4
4	Estrutura e Processos Organizacionais	NE	60	4	0	4
5	Planejamento Estratégico Aplicado	NE	60	4	0	4
6	Comércio Eletrônico	NE	60	4	0	4
7	Logística	NE	60	4	0	4
SUBTOTAL			420	28	0	28

Cód .	4º PERÍODO - DISCIPLINAS	Núcleo	CH	Créditos		Total
				Teóricos	Práticos	
1	Libras	NC	60	4	0	4
2	Comercialização e Atendimento	NE	60	4	0	4
3	Organização e Mercado	NE	60	4	0	4
4	Técnicas de Negociação	NE	60	4	0	4
5	Empreendedorismo	NE	60	4	0	4
6	Atividades Complementares	NE	90	0	2	2
7	Estágio	NE	180	0	4	4
8	Trabalho de Conclusão de Curso	*	*	*	*	*
SUBTOTAL			570	20	6	26
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO			1830	104	6	110

NÚCLEO ESPECÍFICO					
Cód .	DISCIPLINAS	CH	Créditos		Total
			Teóricos	Práticos	
1	Português Instrumental e Comunicação Empresarial	60	4	0	4
2	Introdução a Administração	60	4	0	4
3	Economia e Mercado	60	4	0	4
4	Legislação Empresarial e Código de Defesa do Consumidor	60	4	0	4
5	Marketing e Varejo	60	4	0	4
6	Contabilidade Comercial	60	4	0	4
7	Gestão com Pessoas	60	4	0	4
8	Tecnologia da Informação Aplicada	60	4	0	4
9	Finanças e Orçamento Empresarial	60	4	0	4
10	Comportamento Organizacional	60	4	0	4
11	Gestão pela Qualidade e Melhoria de Processos	60	4	0	4
12	Custo e Formação de Preços	60	4	0	4
13	Estrutura e Processos Organizacionais	60	4	0	4
14	Planejamento Estratégico Aplicado	60	4	0	4
15	Comércio Eletrônico	60	4	0	4
16	Logística	60	4	0	4
17	Comercialização e Atendimento	60	4	0	4
18	Organização e Mercado	60	4	0	4
19	Técnicas de Negociação	60	4	0	4

20	Empreendedorismo	60	4	0	4
21	Atividades Complementares	90	0	2	2
22	Estágio	180	0	4	4
TOTAL		1470	80	6	86

NÚCLEO COMUM					
Cód.	DISCIPLINAS	C H	Créditos		Total
			Teóricos	Práticos	
1	Língua Estrangeira - Inglês	60	4	0	4
2	Metodologia da Pesquisa Científica	60	4	0	4
3	Ética Profissional	60	4	0	4
4	Libras	60	4	0	4
TOTAL		240	16	0	16

NÚCLEO LIVRE					
Cód	DISCIPLINAS	C H	Créditos		Total
			Teóricos	Práticos	
1	Tópicos Emergentes em...	60	4	-	4
2	Meio Ambiente e Sociedade	60	4	-	4
3	Propaganda, Publicidade e Merchandasing	60	4	-	4
4	Direito Empresarial	60	4	-	4
TOTAL EXIGIDO			120		

2.9.2 Ementários e referências das disciplinas do curso

DISCIPLINA:	Português Instrumental e Comunicação Empresarial		
CARGA HORÁRIA:	60 h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Linguagem. Código e língua. Elementos da comunicação. Relações sintáticas. Morfologia dos vocábulos. Níveis de linguagem. Leitura de textos. Comunicação comercial, formal e oficial. Ciência da Linguagem e sua aplicabilidade na empresa. Conceitos da norma culta da língua portuguesa escrita e falada. Técnicas de redação. Qualidade no texto. Coesão e concisão. Redação comercial. Correspondência comercial. Arte de falar em público.			
BIBLIOGRAFIA			
LIMA, A. Oliveira. Manual de redação oficial : teoria, modelos e exercícios. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, [2009].			
MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKMOPO, Lúbia Sciliar. Português Instrumental : De acordo com as atuais normas da ABNT. 27. ed. São Paulo: Atlas, 2008.			
TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de Comunicação organizacional e política . São Paulo: Cengage Learning, 2008.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
BELTRÃO, Odacir. Correspondência : linguagem & comunicação oficial, comercial, bancária, particular. 23.ed.rev.e atual. São Paulo: Atlas, 2007.			
SCHULER, Maria. Comunicação estratégica . São Paulo: Atlas, 2004.141p.			
CONTENTE, M. A leitura e a escrita : estratégias de ensino para todas as disciplinas. Lisboa: Presença, 2004.			
FARACO, C. Emílio; MOURA, F. Mário de. Gramática . São Paulo: Ática, 2004.			
INFANTE, Ulisses. A gramática da língua portuguesa . São Paulo: Scipione, 2000.			
FIORIN, José L. SAVIOLI; F. P. Lições de texto : leitura e redação. São Paulo: Ática, 2003.			

DISCIPLINA:	Introdução à Administração		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Introdução à Administração: mercado de trabalho; conceito de administração; O administrador e seu papel na sociedade atual; Habilidades e níveis administrativos; legislação profissional. As organizações: conceitos e ambientes competitivos. Funções administrativas e organizacionais. Evolução das teorias administrativas. Composição organizacional e processo administrativo. Novas tendências. A administração empresarial em face das mudanças: desafios, tendências e oportunidades.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>SILVA, Reinaldo O. da. Teorias da administração. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2012.</p> <p>CHIAVENATO, Idalberto. Teoria geral da administração. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.</p> <p>MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Fundamentos de administração: manual compacto para as disciplinas TGA e introdução à administração. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>MOTTA, Fernando C. Prestes; VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia de. Teoria geral da administração. 3. ed. rev. São Paulo: Cengage learning, 2008.</p> <p>FERREIRA, Aurélio B. de Hollanda. Novo dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.</p> <p>LACOMBE, Francisco José Masset; HEILBORN, Gilberto Luiz José. Administração: princípios e tendências. 2. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>MORGAN, Gareth. Imagens da Organização. São Paulo: Atlas, 2010.</p>			

DISCIPLINA:	Metodologia de Pesquisa Científica		
CARGA HORÁRIA:	60 h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>O conhecimento científico. Características do conhecimento científico. A ética e o saber científico. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e funções. Normas para elaboração de trabalhos acadêmicos com base na ABNT. A pesquisa científica e a inovação: tipologia da pesquisa, elaboração do projeto de pesquisa, análise e interpretação dos dados, elaboração do relatório de pesquisa.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia científica. 5. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>REIS, Linda G. Produção de monografia da teoria à prática: o método educar pela pesquisa (MEP). Brasília: Editora Senac-DF, 2006.</p> <p>SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 23 ed.: rev. ampl. São Paulo: Cortez, 2007.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>CARVALHO, Maria Cecília Marigone de. Construindo o saber: metodologia científica, fundamentos e técnicas. 19 ed. Campinas, SP: Papirus, 2008.</p> <p>KÖCHE, José Carlos. Fundamentos de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 25 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.</p> <p>MEDEIROS, João B. Redação Científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>LEITE, Francisco Tarcísio. Metodologia científica: métodos e técnicas de pesquisa: São Paulo: Ideias e Letras, 2008.</p> <p>MATTAR, João. Metodologia científica na era da informática. São Paulo: Saraiva, 2003.</p>			

DISCIPLINA:	Ética Profissional		
CARGA HORÁRIA:	60 h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Ética - princípios fundamentais e problemáticos. Fundamentos, objetivos e subjetivos da Ética. Ética Empresarial. Abrangência da Ética, Gestão, Técnica e Ética. Deontologia profissional. Empresa e a Responsabilidade Social. Doutrinas e aplicações nas Organizações			
BIBLIOGRAFIA			
NETO, José A Mattar. Filosofia e ética na administração . São Paulo: Saraiva, 2008. SÁ, Antônio Lopes. Ética profissional . 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004. SROUR, Robert Henry. Ética empresarial . São Paulo: Campus, 2000. ALBUQUERQUE, Jose de Lima. Gestão Ambiental e Responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações . São Paulo: Atlas, 2009. BARBIERI, José C. CAJAZEIRA, Jorge Reis. Responsabilidade social empresarial . Saraiva, 2008.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
GALLO, Sylvio. Ética e cidadania: caminhos da filosofia . São Paulo: Papyrus, 2002. TACHIZAWA, Takeshy. Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa . São Paulo: Atlas, 2009. VASQUEZ, Adolfo Sanchez. Ética . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.			

DISCIPLINA:	Língua Estrangeira – Inglês		
CARGA HORÁRIA:	60 h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Noções gramaticais básicas da língua inglesa, glossário de termos técnicos. Influência dos tipos e gêneros na organização textual. Estratégias e níveis de leitura. Utilização de interferências, analogias e decodificações de palavras desconhecidas, desenvolvimento e aprimoramento da habilidade de leitura instrumental contextualizada para a área específica de formação.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>ABSY, Conceição A.; COSTA, Gisele Cilli da; MELLO, Leonilde Favoreto de. Leitura em língua inglesa: uma abordagem instrumental. São Paulo: Disal, 2005.</p> <p>MURPHY, Raymond. English grammar in use: a self-study reference and practice book for intermediate students of english: with answers. 3. ed. São Paulo: Cambridge University, 2007 Oxford University.</p> <p>OXFORD ESCOLAR. Para estudantes brasileiros de inglês (bilíngue). 2. ed. rev. e atual. Oxford: Oxford University Press, 2007.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>FARRELL, Thomas S. C. Planejamento de atividades de leitura para aulas de idiomas. São Paulo: SBS, 2003.</p> <p>PINHO, Manoel Orlando de Moraes. Dicionário de termos de negócios: português / inglês, english / portuguese. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2005.</p>			

DISCIPLINA:	Legislação Empresarial e Código de Defesa do Consumidor		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Noções introdutórias de instituições de Direito Público e Privado. Evolução histórica do Direito Empresarial. Teoria da empresa. Empresa e empresário individual. Nome empresarial. Estabelecimento empresarial. Direito de propriedade industrial. Contrato de sociedade. Espécies de sociedades. Tipos de sociedades. Falência e recuperação de empresa. <i>E-Commerce</i>. Relação de consumo (consumidor e fornecedor). Política nacional de relações de consumo. O advento da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de proteção do consumidor). Dos direitos básicos do consumidor. Da qualidade de produtos e serviços. Da prevenção e da reparação dos danos.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. Manual de direito do consumidor. Bahia: Juspodivm, 2014.</p> <p>MAMEDE, Gladston. Manual de Direito Empresarial. São Paulo: Atlas, 2013.</p> <p>RAMOS, André Luiz Santa Cruz. Direito empresarial esquematizado. São Paulo: Método, 2013.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>BORBA, José Edwaldo Tavares. Direito societário. Rio de Janeiro: Renovar, 2012.</p> <p>COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de direito comercial. São Paulo: Saraiva, 2014.</p> <p>NEGRÃO, Ricardo. Manual de direito comercial e de empresa. São Paulo: Saraiva, 2013.</p> <p>REQUIÃO, Rubens. Curso de direito comercial. São Paulo: Saraiva, 2013.</p>			

DISCIPLINA:	Economia e Mercado		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
A moderna teoria econômica. Microeconomia. Preços e quantidades sob o regime de plena concorrência. Externalidades. A macroeconomia. Políticas monetárias e política cambial.			
BIBLIOGRAFIA			
MENDES, Judas Tadeu Grassi. Economia : fundamentos e aplicações. São Paulo: Prentice Hall, 2005.			
MENEZES, Luís César de Moura. Gestão de projetos . 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.			
SAMUELSON, Paula; NORDHAUS, William D. Economia . 17ed. Rio de Janeiro: Editora McGraw-Hill, 2004.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
ASSAF NETO, Alexandre. Mercado financeiro . 8. ed. São Paulo: Atlas, 2008.			
BRUNSTEIN, Israel. Economia de empresas : gestão econômica de negócios. São Paulo: Atlas, 2006.			
MANKIW, N. Gregory. Introdução à economia : princípios de micro e macroeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 2006.			
SOUZA, Nali de Jesus. Economia básica . São Paulo: Atlas, 2009.			
VARIAN, Hal R. Microeconomia : princípios básicos. 7.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.			

DISCIPLINA:	Marketing e Varejo		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Conceitos básicos em marketing e varejo. O papel do Marketing e do varejo nas organizações e na sociedade. Sistemas de Marketing. Visão sistêmica do composto mercadológico integrado à dinâmica das empresas: o produto/serviço, a comunicação com o mercado, à distribuição e o preço. Venda. As estratégias de Marketing para produto/serviço e marcas. As responsabilidades sociais e éticas. Tipologia e estruturas do varejo.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>DANTAS, Edmundo Brandão. Marketing descomplicado. Brasília: Editora Senac-DF, 2005.</p> <p>GRAZZIOTIN, Gilson. A arte do varejo: o pulo do gato está na compra. 5.ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.</p> <p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.</p> <p>PARENTE, Juracy. Varejo no Brasil: gestão e estratégia. São Paulo: Atlas, 2000.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>BONAVITA, J.R.; DURO, Jorge. Marketing para não-marqueteiros: introdução ao marketing para profissionais em mercados competitivos. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2001.</p> <p>DANTAS, Edmundo Brandão. Atendimento ao público nas organizações: quando o marketing de serviços mostra a cara. Brasília: Editora Senac -DF, 2004.</p> <p>KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.</p> <p>WIND, Y. Marketing de convergência: estratégias para conquistar o novo consumidor. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2003.</p> <p>RATTO, Luiz. Comércio: um mundo de negócios. Rio de Janeiro: Senac, 2004.</p>			

DISCIPLINA:	Contabilidade Comercial		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
<p>EMENTA: Fundamentos de contabilidade. Entendimento da relação entre custo, volume e lucro. Informações contábeis para tomada de decisão. Campo de aplicação da contabilidade: entidades econômico-administrativas. Plano de contas.</p>			
<p>BIBLIOGRAFIA</p> <p>ARAÚJO, Adriana Maria Procópio; ASSAF, Alexandre. Introdução à contabilidade. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. A contabilidade empresarial. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>MARION, José Carlos. Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2005.</p>			
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p> <p>ANGELO, Claudio Felisoni de.; SILVEIRA, José Augusto Giesbrecht.; FÁVERO, Luiz Paulo Lopes. Finanças no varejo: gestão operacional: exercícios práticos com respostas. 3 ed. São Paulo: Saint Paul Editora, 2006.</p> <p>CHAGAS, Gilson. Contabilidade geral simplificada. Brasília: Senac, 2005. 310 p.</p> <p>FRANCO, Hilário. Contabilidade geral. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial. 14 ed. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>TRISTÃO, Gilberto; SILVA, Cesar Augusto Tibúrcio. Contabilidade Básica. São Paulo: Atlas, 2005.</p>			

DISCIPLINA:	Gestão com Pessoas		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Introdução à gestão de pessoas. Análise dos processos de gestão de pessoas; Tendências atuais e os desafios da gestão de pessoas; Prática de recrutamento e Seleção, Treinamento e desenvolvimento de Pessoas. Abordagens sobre liderança; Competências e habilidades de um líder; Gestão de equipes.			
BIBLIOGRAFIA			
ARAÚJO, Luis César G. de. Gestão de pessoas: estratégia e integração organizacional . São Paulo: Atlas, 2006.			
DEMO, Gisela. Políticas de gestão de pessoas nas organizações: papel dos valores pessoais e justiça organizacional . 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
BARROS, Betânia Tanure. A gestão de pessoas no Brasil . 1ª edição. Rio de Janeiro: Campus, 2006.			
BERGAMINI, C.W. Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento organizacional . 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.			
CHIAVENATO, Idalberto. Administração de recursos humanos: fundamentos básicos . 6 ed. São Paulo: Atlas, 2006.			

DISCIPLINA:	Tecnologia da Informação Aplicada		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Conceitos de dados, informação e conhecimento. O contexto atual da computação. Conceitos básicos da TI. Visão geral dos Sistemas de informações. Conceitos básicos de software. Visão geral sobre banco de dados. O contexto da internet. A TI aplicada ao comércio e serviços.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>CRUZ, Tadeu. Sistemas, organização e métodos: estudo integrado das novas tecnologias da informação e introdução à gerência do conteúdo e do conhecimento. 3 ed.: rev. atual. ampl. São Paulo: Atlas, 2002. 276</p> <p>LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. Sistemas de informação gerenciais. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</p> <p>O'BRIEN, James A. Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da internet. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2004.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. Tecnologia de informação e desempenho empresarial: as dimensões de seu uso e sua relação com os benefícios de negócio. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>FRANCO JR., Carlos F. E-Business na infoera: o impacto da infoera na administração de empresas. 4 ed. São Paulo Atlas, 2006.</p> <p>MEIS, Leopoldo de. Ciência, educação e o conflito humano-tecnológico. 2 ed. São Paulo: Senac, 2002.</p> <p>STAIR, Ralph M. Princípios de sistema de informação. São Paulo: Cengage Learning, 2011.</p> <p>TURBAN, Efraim; RAINER JR., R. Kelly; POTTER, Richard E. Introdução a sistemas de informação: uma abordagem comercial. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.</p>			

DISCIPLINA:	Finanças e Orçamento Empresarial		
CARGA HORÁRIA:	60 h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Finanças nas empresas. Políticas de investimento, financiamento e dividendos. Criação de valor para os acionistas. Introdução à Análise de Risco e à Teoria de Investimentos. Avaliação do investimento empresarial e as possibilidades de diversificação de investimentos.			
BIBLIOGRAFIA			
COELHO, Cláudio Ulysses Ferreira. Administração financeira . 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 1999.			
LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Cláudio Miessa; CHEROBIM, Ana SZABO, Paula Mussi. Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras . 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.			
NASCIMENTO, Jonilton Mendes do. Custos: planejamento, controle e gestão na economia globalizada . 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
ANGELO, Claudio Felisoni de.; SILVEIRA, José Augusto Giesbrecht.; FÁVERO, Luiz Paulo Lopes. Finanças no varejo: gestão operacional: exercícios práticos com respostas . 3 ed. São Paulo: Saint Paul Editora, 2006.			
BRAGA, Roberto. Fundamentos e técnicas de administração financeira . São Paulo: Atlas, 2008.			
HOJI, Masakazu. Administração financeira – uma abordagem prática . São Paulo: Atlas, 2001.			
PADOVEZE, Clovis Luis. Introdução à administração financeira . São Paulo: Thompson, 2005.			
SANTOS, Edno Oliveira dos. Administração financeira da pequena e média empresa . São Paulo: Atlas, 2001.			

DISCIPLINA:	Comportamento Organizacional		
CARGA HORÁRIA:	60 h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Comportamento: Definição, conceituação, suas características e dimensões. As pessoas na organização. Os grupos, a dinâmica. Análise do comportamento e do desempenho humano no trabalho. Equipes de trabalho e as relações interpessoais.			
BIBLIOGRAFIA			
ROBBINS, S.P. Fundamentos do Comportamento organizacional . Saulo: Person Prentice Hall, 2009.			
COHEN, Allan; FINK, Stephen L. Comportamento organizacional: conceitos e estudos de caso . 3. ed. Rio de Janeiro Campus, 2003.			
VECCHIO, R.P. Comportamento Organizacional . São Paulo, 2009			
WAGNER III, John A. Comportamento Organizacional . São Paulo. Saraiva, 2004.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
BERGAMINI, C.W. Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento organizacional . 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.			
CHIAVENATO, Idalberto. Administração de recursos humanos: fundamentos básicos . 6 ed. São Paulo: Atlas, 2006.			
PASSOS, Elizete. Ética nas organizações . São Paulo: Atlas, 2004.			
ZIMERMAN, David E. Fundamentos Psicanalíticos: teoria, técnica e clínica – uma abordagem didática . Porto Alegre: Artmed, 2006.			

DISCIPLINA:	Gestão pela Qualidade e Melhoria de Processos		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Qualidade como instrumento Gerencial. Evolução conceitos, métodos e estruturas da Gestão da Qualidade. As ferramentas da Qualidade Total. Padronização, normatização.			
BIBLIOGRAFIA			
CARPINETTI, Luiz César Ribeiro. Gestão da qualidade : ISO 9001-2000. São Paulo: Atlas, 2009.			
CARVALHO, D. Gestão de qualidade, produção e operações . Rio de Janeiro: Campus, 2010.			
PALADINI, Edson Pacheco. Gestão da qualidade . São Paulo: Atlas, 2007.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
CERQUEIRA, Jorge P. Sistemas de gestão integrados . Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.			
CASAS, Alexandre Luzzi. Qualidade total em serviços : conceitos, exercícios, casos práticos. São Paulo: Atlas, 2008.			
JURAN, J.M. A qualidade desde o projeto . São Paulo: Pioneira, 1992. MELLO, Carlos Henrique Pereira. et al. ISO 9001:2000 . São Paulo: Atlas, 2002.			
OLIVEIRA, Otávio J. (org). Gestão da qualidade : tópicos avançados. São Paulo: Thomson, 2004.			

DISCIPLINA:	Custos e formação de Preços		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Análise de custos e formação de preços. Decisões sobre análise e formação de preços. Exame crítico do processo de produção, expedição e transferência dos produtos ao consumidor final.			
BIBLIOGRAFIA			
CHURCHILL, Gilbert A, PETER, J Paul. Marketing : criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.			
MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos . São Paulo: Atlas; 2003.			
SOUZA, Luiz Eurico de. KULPA, Luciana. DUBOIS, Alexy. Gestão de custos e formação de preços . São Paulo: Atlas; 2009.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
CORONADO, Osmar. Contabilidade gerencial básica : São Paulo: Saraiva, 2008.			
HOJI, Masakazu. Administração financeira – uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2000.			
SANTOS, Edno de Oliveira. Administração financeira da pequena e média empresa . São Paulo: Atlas, 2001.			
VASCONCELOS, Marco Antonio Sandoval; TROSTER, Roberto Luis. Economia . São Paulo: Atlas, 2001.			
KOTLER, Philip. Administração de marketing : análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 2010.			

DISCIPLINA:	Estrutura e Processos Organizacionais		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Análise e mapeamento de Processos. Estrutura Organizacional. Ambiente Organizacional. Tipos de estruturas organizacionais. Gráficos Organizacionais. Estruturas Horizontais. Análise administrativa. Análise e distribuição do trabalho			
BIBLIOGRAFIA			
ANGELONI, Maria T. Organizações do conhecimento: infra-estrutura, pessoas e tecnologias. São Paulo: Saraiva, 2007.			
CURY, Antonio. Organização e métodos - uma visão holística. São Paulo: Atlas, 2005.			
OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Estrutura organizacional. São Paulo: Atlas, 2008.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
ARAUJO, Luis Cesar. Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional. São Paulo: Atlas, 2002.			
BALLESTERO-ALVAREZ, Maria E. Manual de organização, sistemas e métodos. São Paulo: Atlas, 2006.			
CALDAS, Miguel, WOOD, Thomaz. Comportamento organizacional. Atlas, 2007.			
CRUZ, Tadeu. Sistemas, métodos & processos. São Paulo: Atlas, 2005. ROBBINS, Stephen P. Comportamento organizacional. São Paulo: Prentice Hall, 2005.			

DISCIPLINA:	Planejamento Estratégico Aplicado		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>A empresa e o meio em que opera. Natureza, significado e evolução do planejamento. Missão e Filosofia. Políticas e diretrizes. Tecnologia: conceitos, trajetórias tecnológicas e estratégia. Estrutura de mercado e competição. Estratégias empresariais. Formulação de estratégias. Desenvolvendo vantagens competitivas.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>FERNANDES, B.H.R.; BERTON, L.H. Administração estratégica: da competência ao empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>GONÇALVES, Carlos Alberto et al. Estratégia empresarial: o desafio das organizações. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma de P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2005.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>ANSOFF, H. Igor; MacDonel Eduward J. Implantando administração estratégica. São Paulo: Atlas, 1999.</p> <p>CERTO, Samuel; PETER, J. Paul. Estratégia e gestão empresarial. São Paulo: Makroon Books, 2004 .</p> <p>FISCHMAN, Adalberto A. Planejamento estratégico na prática. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>GAJ, Luis. Tornando administração estratégica possível. São Paulo: Mc Grawhill, 2002.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma Pinheiro Rebouças. Excelência na administração estratégica. São Paulo: Atlas, 2005.</p>			

DISCIPLINA:	Comércio Eletrônico		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Princípios e conceitos básicos do Sistema de informação mercadológica. Terminologia específica de informação voltada ao varejo eletrônico. Conhecimentos das ferramentas de T.I.C. (Tecnologia da Informação e Comunicação). Técnicas de informatização para aumentar a produtividade e a eficiência no varejo. Conhecimento dos recursos tecnológicos para fazer transações financeiras, de distribuição, logística a fim de capturar, analisar e otimizar as informações advindas do mercado. O comércio eletrônico. O mercado virtual. O impacto da internet sobre as estratégias de negócio.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>ALBERTIN, Alberto Luiz. Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>BEAL, Adriana. Gestão estratégica da informação: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>TEIXEIRA FILHO, Jayme. Comércio eletrônico. Rio de Janeiro: Senac, 2001. 112 p.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>ALBERTIN, Alberto Luiz; ALBERTIN, Rosa Maria de Moura. Tecnologia de informação e desempenho empresarial: as dimensões de seu uso e sua relação com os benefícios de negócio. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>FRANCO JR., Carlos F. E-Business na infoera: o impacto da infoera na administração de empresas. 4 ed. São Paulo Atlas 2006.</p> <p>SAAD, Beth. Estratégias para a mídia digital: internet, informação e comunicação. São Paulo: Senac, 2003.</p> <p>GOMES, Elisabeth. Inteligência competitiva: como transformar informação em um negócio lucrativo. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.</p> <p>GONÇALVES, Carlos Icarahy. De vendedor para vendedor: aspectos a considerar sobre as relações com o cliente. 3. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006. 86 p.</p> <p>SHAPIRO, Carl; VARIAN, Hal R. A economia da informação: como os princípios econômicos se aplicam à era da internet. 11. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.</p>			

DISCIPLINA:	Logística		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Logística aplicada ao varejo. Logística e cadeia de suprimentos: conceitos, funções e custos associados. Localização de unidades. Modelos quantitativos em programação linear mista. Sistemas de manufatura. Decisões de planejamento agregado da produção em modelos de localização. Roteamento de entregas. Administração de suprimento de materiais e serviços. Técnicas de compras, desenvolvimento de fornecedores, gestão de estoque e armazenagens. Planejamento e operacionalização de processos logísticos integrados.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento. 1. ed. - 5. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>FIGUEIREDO, Kléber Fossati; FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento do fluxo de produtos e dos recursos. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>NOVAES, Antonio Galvão. Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação. 3. ed. rev. atual. ampl. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos: logística empresarial. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 616p.</p> <p>CLOSS, David J. Logística empresarial. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>DORNIER, Philipp P. Logística e operações globais. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>FRANCISCHINI, Paulino G.; GURGEL, Floriano do Amaral. Administração de materiais e do patrimônio. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004. WANKE, Peter. Gestão de estoques na cadeia de suprimento: decisões e modelos quantitativos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.</p>			

DISCIPLINA:	Libras		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Conceitos linguísticos. Linguagem do surdo. Cultura e sociedade. Os estudos sobre a linguagem e a língua de sinais. Componentes linguísticos em Libras. Domínio e uso básico de Libras.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>ALMEIDA, Elizabeth Crepaldi. Atividades ilustradas em sinais de LIBRAS. Rio de Janeiro: Revinter, 2004.</p> <p>CAPOVILLA, F.C.; RAPHAEL, W.D. Enciclopédia da Língua de Sinais Brasileira: o mundo do surdo em Libras. São Paulo: EDUSP, Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2005.</p> <p>OATES, Eugênio. Linguagem das mãos. Aparecida, SP: Editora Santuário, 2001.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>CAPOVILLA, F. C.; RAPHAEL, W. D. Dicionário Enciclopédico Ilustrado Trilíngue da Língua Brasileira de Sinais. Volume I: Sinais de A a L e volume II: Sinais de M a Z. 1 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP) e Imprensa Oficial do Estado, 2004.</p> <p>CASTRO, Alberto; CARVALHO, Ilza. Comunicação por língua brasileira de sinais. Distrito Federal: SENAC, 2005.</p> <p>FERNANDES, Eulália. Linguagem e surdez. Porto Alegre: Artes Médicas, 2003.</p> <p>MOURA, M. Surdo: caminho para uma nova identidade. Revinter, 2002.</p> <p>QUADROS, R. M. Língua de sinais brasileira – estudos linguísticos. Porto Alegre: ArtMed, 2004.</p>			

DISCIPLINA:	Comercialização e Atendimento		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Competências e habilidades para atendimento ao cliente. Canais de atendimento e de distribuição de produtos e serviços. Gestão de Comércio e Serviços. Sistema básico da administração de produtos, bens e serviços. Caracterização dos serviços e a sua comercialização. Qualidade dos serviços e a satisfação dos clientes. Principais tipologias e modelo.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>CORRÊA, Henrique L.; CAON, Mauro. Gestão de serviços: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>MADRUGA, Roberto. Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM: o que e como todas as empresas brasileiras devem fazer para conquistar, reter e encantar seus clientes. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>RATTO, Luiz. Comércio: um mundo de negócios. Rio de Janeiro: Senac, 2004.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>ANGELO, Claudio Felisoni de; SILVEIRA, José Augusto Giesbrecht. Varejo competitivo. São Paulo: Saint Paul Editora, 2004.</p> <p>CHURCHILL, Gilbert A, PETER, J Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.</p> <p>DANTAS, Edmundo Brandão. Atendimento ao público nas organizações: quando o marketing de serviços mostra a cara. Brasília: Editora Senac - DF, 2004.</p> <p>FERREL, O. C et al. Estratégia de marketing. São Paulo: Atlas, 2004.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing: conceitos, exercícios e casos São Paulo: Atlas, 2003.</p>			

DISCIPLINA:	Organização e Mercado		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Novos paradigmas de desenho e desenvolvimento organizacional. Conceito de cultura. Elementos constitutivos da cultura organizacional. Diagnóstico de necessidades. Relação empresa e ambiente. Ética profissional.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>COHEN, Allan; FINK, Stephen L. Comportamento organizacional: conceitos e estudos de caso. 3. ed. Rio de Janeiro Campus, 2003.</p> <p>CURY, Antonio. Organização e métodos: uma visão holística. 8 ed.: rev. e ampl. - 2 reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>LACOMBE, Francisco José Masset; HEILBORN, Gilberto Luiz José. Administração: princípios e tendências. 2. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2008.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>ANGELONI, Maria T. Organizações do conhecimento: infraestrutura, pessoas e tecnologias. São Paulo: Saraiva, 2007.</p> <p>ARAÚJO, Luis César G. de. Gestão de pessoas: estratégia e integração organizacional. São Paulo: Atlas, 2006.</p> <p>CRUZ, Tadeu. Sistemas, métodos & processos. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>GRAZZIOTIN, Gilson. A arte do varejo: o pulo do gato está na compra. 5. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.</p> <p>OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Estrutura organizacional. São Paulo: Atlas, 2008.</p>			

DISCIPLINA:	Técnicas de Negociação		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Estilos de negociação. Comunicação interpessoal aplicada a negociações. Negociação distributiva. Emoções aplicadas a negociações. Posições e interesses. Poder de influência em negociações. Persuasão. Consciência situacional no planejamento de negociações complexas. Estratégias de negociação. Negociação integrativa na organização e no comércio. Comportamento em negociações. Tomada de decisão. Resolução de conflitos.			
BIBLIOGRAFIA			
BARROS, Jorge Pedro Dalledonne de. Negociação . Rio de Janeiro: Senac, 2006. BERNABEU, Guirado Francisco. Negociadores da sociedade do conhecimento . Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008. MELLO, José Carlos Martins F. de. Negociação baseada em estratégia . 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
MARTINELLI, Dante P. Negociação : como transformar confronto em cooperação. São Paulo: Atlas, 2006. MEGIDO, José Luiz Tejon; SZULCSEWSKI, Charles John. Administração estratégica de vendas e canais de distribuição . São Paulo: Atlas, 2002. MOTTA, Regis da Rocha; CALÔBA, Guilherme Marques. Análise de investimentos : tomada de decisão em projetos industriais. São Paulo: Atlas, 2002. PESSOA, Carlos. Negociação aplicada : como utilizar as táticas e estratégias interpessoais para transformar conflitos interpessoais em relacionamentos cooperativos. São Paulo: Atlas, 2009. RATTO, Luiz. Comércio : um mundo de negócios. Rio de Janeiro: Senac, 2004.			

DISCIPLINA:	Comércio Exterior		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
Teoria e política do comércio internacional. Blocos econômicos. Contabilidade nacional e balanço de pagamentos. Sistema monetário internacional. Mercado de câmbio. Taxas de câmbio flutuantes e fixas. Principais regras aplicadas no comércio exterior.			
BIBLIOGRAFIA			
MAIA, Jayme de Mariz. Economia internacional e comércio exterior . São Paulo: Atlas, 2000.			
SENA JUNIOR, R. Di & CHEREM, M.T.C.S. Comércio internacional e desenvolvimento . São Paulo: Saraiva, 2005.			
SOARES, Cláudio César. Introdução ao comércio exterior : fundamentos teóricos do comércio internacional. São Paulo: Saraiva, 2005.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
CARVALHO, Maria A; SILVA, César R. L. Economia internacional . São Paulo: Saraiva, 2000.			
DIAS, Reinaldo; RODRIGUES, Valdemar. Comércio exterior . São Paulo, 2004.			
KRUGMAN, Paul R; OBSTFELD, Maurice. Economia internacional : teoria e política. São Paulo: Makron Books, 2004.			
MAIA, Jaime Mariz. Economia internacional e comércio exterior . Atlas, 2008.			
VASQUEZ, José Lopes. Comércio exterior brasileiro : SISCOMEX importação e exportação. São Paulo: Atlas, 1999.			

DISCIPLINA:	Empreendedorismo		
CARGA HORÁRIA:	60h	CRÉDITO:	04
EMENTA:			
<p>Concepções de empreendedorismo. Funções e processos relacionados ao ato de empreender. Técnicas e ferramentas de construção de atitudes empreendedoras, com vistas à construção de um referencial estratégico à ação de administrar. Estruturação do Plano de Negócios. Plano de análise dos dados da investigação para o Plano de Negócios. Proposta de trabalho para organização empresarial.</p>			
BIBLIOGRAFIA			
<p>CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Campus, 2003.</p> <p>DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.</p>			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR			
<p>ANGELO, Claudio Felisoni de; SILVEIRA, José Augusto Giesbrecht. Varejo competitivo. São Paulo: Saint Paul Editora, 2004.</p> <p>DRUCKER, Peter. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pearson, 2001.</p> <p>KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.</p> <p>SALIM, César Simões. Introdução ao empreendedorismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.</p> <p>SOUZA, Eda Castro Lucas de. Empreendedorismo além do plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2005.</p>			

2.9.3 Estágio curricular supervisionado

A Lei nº. 6.494/1997, o Decreto nº. 87.497/1982, a Lei nº. 8.859/1994, o Decreto nº. 2.080/1996, o artigo 82 da Lei nº. 9.394/1996, o Parecer CNE/CES 184/2004 e Resolução CNE/CES nº. 4/2006 compõem o escopo legal do estágio supervisionado das profissões no Brasil.

O Estágio Curricular Supervisionado é uma unidade curricular de ensino com uma carga de 180 horas mínimas; deverá ser cursado em empresas relacionadas à área de formação do profissional. Os estudantes poderão realizar o estágio curricular supervisionado no 4º semestre letivo. Tem como objetivo proporcionar ao aluno a realização de atividades práticas nas diferentes áreas de atuação do Tecnólogo em Gestão Comercial, bem como contribuir para a solução de problemas específicos da área.

Para a consecução desse objetivo, o Estágio Curricular Supervisionado Obrigatório deve:

- a) proporcionar ao aluno a vivência de situações reais de vida e de trabalho, que lhe viabilize a integração dos conhecimentos teórico-práticos à experiência profissional;
- b) contribuir na busca de alternativas para solução de problemas que se configurem na prática em cada área específica do Estágio Curricular Supervisionado;
- c) tornar viável a articulação e integração entre Universidade / Organização /Comunidade;
- d) proporcionar ao aluno a afirmação profissional, através da identificação profissional em cada área de atuação do Tecnólogo em Gestão Comercial, pré-validando sua capacitação;
- e) possibilitar a atualização e a “realimentação” do ensino através da aplicação e da avaliação de conceitos teóricos inseridos na prática, em um contexto social específico.

A supervisão de estágio deve ser entendida como acompanhamento e assessoria dada ao aluno no decorrer de sua prática profissional, por docentes (supervisor e preceptores de estágio), reconhecidos pela Coordenação do Curso, de forma a proporcionar aos estagiários o pleno desempenho de ações, princípios e valores inerentes à realidade da profissão em que se processa a vivência prática.

A avaliação do desempenho do aluno estagiário será realizada de forma contínua e sistemática durante o desenrolar de todo o estágio, envolvendo a análise dos aspectos atitudinais e técnico-profissionais. No estágio, a avaliação final do estagiário será feita mediante o exame do Relatório de Estágio e da observância da frequência do mesmo às orientações e ao campo de estágio.

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial busca continuamente ampliar os cenários de aprendizagem por de convênios para estágio em serviços dentro e fora do município sede do curso.

2.9.4 Atividades complementares – AC

É desejável que o estudante dos cursos superiores de tecnologia participe das atividades do curso para além da simples frequência às aulas, a fim de que seja protagonista de sua aprendizagem por meio do envolvimento com desafios mediados pelos professores. Desse modo, espera-se que o papel do estudante não seja de mero ouvinte; pelo contrário, que seja sujeito do ato de aprender por meio de vivências significativas como visitas técnicas, palestras, semanas acadêmicas, iniciação científica, desenvolvimento de projetos, entre outras atividades. Essas atividades podem ser iniciadas desde o primeiro semestre, com carga horária de 180 horas.

As atividades educacionais complementares devem privilegiar a construção de comportamentos sociais e profissionais que as atividades acadêmicas tradicionais, de sala de aula ou de laboratório.

As Atividades Complementares de Graduação poderão compreender as seguintes modalidades (Tabela 2):

Tabela 2 – Grupos e tipos de atividades complementares

GRUPO	ATIVIDADE	DOCUMENTAÇÃO COMPROBATÓRIA
ENSINO	Disciplinas de outros cursos/IES na área de formação de do tecnólogo.	Histórico Escolar ou declaração do órgão de controle acadêmico.
	Cursos de curta duração	Certidão de aprovação no respectivo curso, que especifique a carga horária cumprida.
	Monitorias	Relatório semestral, com a ciência do professor orientador e a validação do Coordenador(a) de Curso

	Curso de idiomas	Certidão de aprovação no respectivo curso, que especifique a carga horária cumprida.
	Curso de informática	Certidão de aprovação no respectivo curso, que especifique a carga horária cumprida.
	Participação em reuniões de departamento, colegiado e conselhos da Uema	Declaração assinada pelo presidente da Assembleia Departamental, Diretor de Curso ou do Conselho, conforme o caso
	Representante de CA e DCE	Declaração com a composição dos representantes e a função exercida, assinada pelo presidente.
PESQUISA	Participação em Projetos de Iniciação Científica	Relatório parcial e/ou final, com a ciência do Professor orientador e do coordenador de pesquisa da Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação.
	Participação em Projetos de Pesquisa	Declaração assinada pelo presidente da Coordenador da Pesquisa
	Publicação de trabalho em anais de congressos e similares	Comprovação da publicação no evento e a cópia do material publicado.
	Apresentação de trabalho em eventos acadêmico-científico	Certificado emitido pelo órgão competente responsável pelo evento e a Cópia do trabalho apresentado.
	Artigo publicado em revista científica	Comprovação da publicação e a cópia do artigo publicado.
	Membro de grupo de pesquisa cadastrado no CNPq	Declaração assinada pelo presidente da Coordenador do Grupo
	Participação como Ouvinte em Congressos, Simpósios e Seminários	
EXTENSÃO	Atividade de Extensão reconhecida pela Pró-reitoria de Extensão e	Relatório parcial e/ou Final com a ciência do Professor orientador e do coordenador de Extensão da Pró-Reitor de Exte

	Assuntos Estudantis.	
	Participação em seminários, congressos, encontros estudantis, entre outros de atualização e congêneres.	Certificado emitido pelo órgão responsável pelo evento, com especificação da carga horária cumprida. (Caso não tenha a carga horária no certificado, conta-se 8h por dia)
	Participação em curso de extensão e atualização, na área de educação reconhecido pela Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Estudantis da Uema.	Certificado do coordenador do curso com a ciência da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Estudantis da Uema.
	Participação em visitas programadas em instituições educacionais ou áreas afins.	Declaração assinada pelo Professor que liste os acadêmicos participantes, com especificação da carga horária cumprida e o objetivo da visita.
	Participação na organização, coordenação de cursos e/ou eventos científicos, na área do curso ou afins	Declaração assinada pela coordenação do evento e do coordenador do curso de graduação do estudante.
	Participação em intercâmbios institucionais	Declaração da instituição que intermediou o intercâmbio, descrevendo o período e as atividades realizadas.
	Trabalho realizado em campanhas de voluntariado ou programas de ação social.	Declaração assinada pelo representante legal do órgão onde as atividades foram realizadas, especificando as principais atividades, local, data e/ou período.
	Estágios extracurriculares	Cópia do termo de convênio devidamente assinado pelas partes conveniadas ou do cadastro da Instituição junto à IES e relatório semestral da Instituição/Empresa atestando o

		cumprimento das atividades, com especificação da carga horária cumprida.
INICIAÇÃO AO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO E INOVAÇÃO	Atividade de Iniciação ao Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, reconhecida pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação.	Relatório parcial e/ou Final, com a ciência do Professor orientador e do coordenador do Núcleo de Inovação Tecnológica da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação.
	Participação em projetos inovadores em comunicação, design e aplicativos aplicados ao Gestão Comercial.	Declaração assinada pela coordenação do projeto com o visto da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação.
	Participação em projetos de introdução de novos benefícios ou novos de interação e/ou inclusão social (inovação social).	Declaração assinada pela coordenação do projeto com o visto da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação.

2.9.5 Trabalho de conclusão de curso – TCC

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é uma das atividades que compõem a formação universitária de caráter técnico-científico, sendo entendido como produto resultante do conhecimento construído no decorrer da formação e qualificação do aluno. Tem por objetivo a consolidação dos conhecimentos adquiridos durante o curso de Tecnologia em Gestão Comercial, assim como incentivar a continuidade da produção científica e busca de soluções na área após a graduação.

No curso de Tecnologia em Gestão Comercial, para a conclusão do curso, o TCC tem um caráter diferenciado que privilegia a experiência profissional, além da capacidade investigativa.

O TCC deverá ser apresentado sob a forma de uma proposta monográfica com material de conteúdo técnico ou metodologia de trabalho cujos temas deverão versar sobre questões ligadas ao Gestão Comercial. O trabalho a ser elaborado e apresentado

pelos acadêmicos constitui-se de caráter individual podendo ser de natureza teórica e/ou teórico-prática (estágio curricular ou extracurricular, plano de negócios), desenvolvido no âmbito da pesquisa, extensão ou até mesmo em trabalho de revisão bibliográfica, associando a revisão de literatura com dados da realidade obtidos no campo de prática em pesquisa e/ou extensão.

Nas Normas Gerais do Ensino de Graduação da Universidade Estadual do Maranhão, aprovadas pela Resolução nº 1045/2012 - CEPE/UEMA, de 19 de dezembro de 2012, inscreve-se um capítulo que trata especificamente do TCC: **“Capítulo VI: DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC”**.

Art. 88. A elaboração de um trabalho científico, observadas as exigências das Normas Técnicas Internacionais, denominado Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) para efeito de registro no histórico acadêmico, é condição indispensável para a conclusão de curso de graduação.

Art. 89. O TCC será de autoria de acadêmicos e poderá constituir-se de:

I – (...)

II – Proposta tecnológica, com base em projeto de pesquisa científica;

III – Projeto metodológico integrado;

IV – (...)

V – (...) produção de novas tecnologias para cultura agrícola;

VI – (...) produção de programas de computação de alta resolução;

VII – Produção de trabalho monográfico;

VIII – produção e defesa de relatório de estágio que demonstre a cientificidade da relação teoria e prática desenvolvida no currículo, igualmente na produção do relatório da monitoria.

2.10 Metodologias de funcionamento do curso

A realização dos projetos integrados, no Curso Tecnólogo em Gestão Comercial define como cenários de prática:

- a) Ambiente externo e interno da UEMA, em unidade conveniada e de acordo com a e diversas propriedades rurais da região.
- b) Laboratórios básicos, Unidade de Ensino, Pesquisa e Extensão.

Os projetos integradores devem ser entendidos como acompanhamento e assessoria dada ao aluno no decorrer dos períodos, por docentes (supervisor e preceptores de estágio), reconhecidos pela Coordenação do Curso, de forma a proporcionar aos alunos o pleno desempenho de ações, princípios e valores inerentes à realidade da profissão em que se processa a vivência prática.

Com o objetivo de capacitar os egressos do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial para atuarem produtivamente no mercado de trabalho e na sociedade, foi organizada uma estrutura curricular com a preocupação de estabelecer inter-relação entre as disciplinas que são oferecidas com a prática profissional e o mundo do trabalho. Assim, neste item são definidas metodologias e técnicas que facilitem o processo de aprendizagem visando à formação adequada do egresso pretendido.

O desenvolvimento das unidades curriculares, no momento presencial em sala de aula, é direcionado pelo professor, que organiza e define o trabalho pedagógico, descrevendo em plano de ensino, aprovado pelo colegiado do curso e apresentado aos estudantes no início do período letivo. Dentre os procedimentos de ensino mais utilizados podemos citar as aulas expositivas, práticas em laboratório, estudos de caso, trabalhos em grupo e seminários. Os recursos de ensino priorizados são: computador, projetor multimídia e quadro branco. Visando a integração do conhecimento deve-se estimular o desenvolvimento de atividades interdisciplinares, por meio de projetos ou resolução de problemas.

Nessa perspectiva, a pesquisa deve ser importante instrumento das atividades de ensino nas diferentes unidades curriculares, propiciando a investigação e sistematização de conceitos, princípios, fundamentos teóricos para a solução de problemas práticos inerentes à área de formação/atuação do egresso. Além disso, as atividades de ensino devem primar ainda pela contextualização.

Os conteúdos devem ser abordados numa perspectiva relacional entre unidades curriculares do mesmo semestre e de semestres anteriores, para que os estudantes percebam a evolução gradativa de seus estudos e compreendam a aplicação prática do que estão aprendendo. Convém que os conteúdos sejam abordados, ainda, numa perspectiva histórica da produção conhecimento para que, os estudantes compreendam que aquilo que se sabe hoje, em relação ao assunto em estudo, é a evolução de descobertas e construções feitas no passado e, portanto, propicia novas construções

futuras. Dessa forma, as unidades curriculares desenvolvidas propiciam a aquisição de conteúdos factuais, procedimentos e ferramentas tecnológicas que estão em plena evolução. A compreensão dessa dimensão histórica e não estática do conhecimento permitirá ao egresso do curso continuar aprendendo e se adaptando às novas tecnologias e conhecimentos inerentes a sua área de atuação.

Além dos projetos integradores destacam-se como metodologias ativas para intervir ao processo formativo dos alunos tais como: estudos de caso, oficinas, fóruns, visitas técnicas, seminários temáticos, laboratórios, palestras, jogos de empresas, aula expositiva dialogada, portfólio. A seguir, serão descritas para breve caracterização:

- Estudos de Caso: trata-se de uma técnica para análise e solução de situações reais e/ou hipotéticas, usada em sala de aula e nas atividades de campo para incentivar a discussão de ideias e trocas de experiências entre discentes e docentes. Os alunos poderão desenvolver estudos de caso ao longo do percurso formativo. Essa metodologia resultará na criação de um Banco de Estudos de Casos e de um Observatório do Gestão Comercial. Com isso, o profissional será capacitado a realizar análises qualitativas, identificando as ligações causais, descrevendo o contexto, fazendo avaliações descritivas, confrontando resultados de forma concreta, nas intervenções realizadas em empreendimentos comerciais;

- Oficinas: espaço para desenvolvimento de atividades práticas, de pesquisa, da organização do trabalho, aprofundamento e ampliação do processo de formação do aluno. Poderão envolver ou incluir temáticas articuladoras ou complementares;

- Seminários Temáticos: encontros onde os sujeitos envolvidos no processo ensino-aprendizagem apresentem e discutam, cientificamente, investigações, diagnósticos, intervenções ou experimentos realizados sobre um determinado tema previamente definido, de forma que todos os participantes possam vir, de alguma forma, a contribuir;

- Fóruns: encontros nos quais sujeitos envolvidos no processo, corpo docente e discente, egressos e profissionais, apresentam e discutem experiências de práticas profissionais;

- Visitas técnicas: visitas de estudo às instituições, como estratégia de integração entre teoria e prática;

- Jogos de Empresas: simulações de casos e utilização de software;

- Palestras: otimização para os alunos de oportunidades oriundas de eventos e da capacidade do corpo técnico do Sistema SENAR/CNA/ICNA e outros palestrantes;

- Laboratório em Gestão Comercial: consiste na imersão de alunos, por meio de ações de investigação e intervenção, articulando ensino, pesquisa e extensão. Essas ações são constituídas a partir das demandas dos campos de atuação, planos, programas e projetos governamentais, empresariais e da sociedade civil, em formato de parcerias. São viabilizadas a partir de planos de formação e trabalho, discutidos e definidos conjuntamente entre as instituições envolvidas, gestores, corpo docente e discente. Propõe-se que o laboratório em Gestão Comercial constitua-se em um processo continuado de formação e, ao mesmo tempo, em espaço exemplar de viabilização da articulação teoria prática e estudo profissional e acadêmico, potencializando, com isso, o reconhecimento da formação profissional e ampliando o mercado de trabalho para os profissionais egressos da região.

- Aula Expositiva Dialogada: exposição de conteúdos com a participação ativa dos alunos.

- Portfólio: identificação e registro das produções, desafios e dificuldades significativos, constituindo um referencial do conjunto dos trabalhos de cada aluno.

2.11 Avaliação

2.11.1 Avaliação do ensino-aprendizagem

No que se refere à avaliação do aluno, atualmente, segue-se as determinações das Normas Gerais do Ensino de Graduação, através da frequência e aproveitamento. São aplicadas três avaliações, sendo os resultados expressos em notas de zero a dez, admitindo-se 0,5 (meio ponto), devendo a média final ser expressa com, no máximo, uma casa decimal.

As avaliações de aprendizagem adotadas pelos professores do Curso Superior de Tecnologia em Gestão do Gestão Comercial do CESPE/UEMA são diversificadas, envolvendo: avaliação individuais, seminários, trabalhos individuais e em grupos, pesquisas, resenhas, artigos acadêmico-científicos, fóruns, oficinas, relatos de visitas técnicas, dentre outras.

É considerado aprovado por média, em cada disciplina, o aluno cuja média aritmética das três notas correspondentes às avaliações, for igual ou superior a sete e

que alcançar a frequência igual ou superior a 75%. O aluno que obtiver média de aproveitamento igual ou superior a cinco e inferior a sete e que tenha comparecido, no mínimo, a 75% das atividades acadêmicas, será submetido à avaliação final que envolverá todo o programa da disciplina, realizada após o encerramento do período letivo, como prevista nas Normas Gerais do Ensino de Graduação, aprovadas pela Resolução 1045/2012-CEPE/UEMA.

2.11.2 Avaliação institucional

A autoavaliação da UEMA constitui-se em uma experiência social significativa, orientada para a formação de valores e potencialização do desenvolvimento humano e institucional, pautada nos seguintes princípios:

a) **Ética:** a autoavaliação bem como todas as suas ações decorrentes deverá se pautar no respeito aos direitos humanos, na transparência dos atos e na lisura das informações, buscando permanentemente soluções para os problemas evidenciados. Portanto, deve fazer parte do cotidiano de todo processo avaliativo, construindo sua materialidade histórica e cultural, numa realidade concreta, pela intervenção de sujeitos sociais preocupados em defender um projeto de sociedade permeado por valores democráticos e de justiça social;

b) **Flexibilidade:** a autoavaliação deve ser aberta, de fácil compreensão dos seus procedimentos e resultados, além do respeito às características próprias de cada segmento. Fica assegurada no processo avaliativo a observância aos ajustes sempre que necessários às peculiaridades regionais e adaptabilidade ao processo de avaliação institucional. Assim, a autoavaliação propiciará oportunidades para aprender, criar, recriar, descobrir e articular conhecimentos, ou seja, criar perspectivas para educar e adaptar-se a uma realidade plural, contraditória e em constante processo de mutação;

c) **Participação:** o processo de autoavaliação deverá contar com a participação ampla da comunidade acadêmica em todas as suas etapas, abalizada no respeito aos sujeitos, considerando suas vivências e o seu papel no contexto da instituição. Constitui-se em um exercício democrático, com abertura de espaços para o diálogo com os diferentes interlocutores, assegurando a sua inserção desde a concepção e execução dos instrumentos de avaliação até a análise crítica dos seus resultados;

d) **Excelência:** o compromisso da UEMA com a qualidade das suas ações, processos e produtos, se estende, também à autoavaliação e aos seus resultados.

Partindo da compreensão da avaliação como um processo sistêmico, a autoavaliação tem o propósito de entender o contexto institucional como um todo, buscando investigar a realidade concreta nos seus aspectos internos e externos, mediante coleta e interpretação de comportamentos sociais, garantindo que os seus resultados venham contribuir para a eficiência e eficácia dos serviços disponibilizados à comunidade;

e) Inovação: a autoavaliação deverá incentivar formas de enfrentamento de problemas que resultem em soluções criativas compatíveis com a realidade da instituição. As tecnologias de informação e comunicação estão sendo gradativamente incorporadas às práticas pedagógicas da UEMA, buscando a promoção de um ambiente favorável à criatividade, à experimentação e à implementação de novas ideias. Dessa forma, metodologias mais interativas devem ser estimuladas e difundidas no seio da autoavaliação para provocar a quebra de estilos ortodoxos ou de acomodação;

f) Impessoalidade: a autoavaliação não deverá tomar como objeto de análise as pessoas enquanto indivíduos. Não são as pessoas que serão avaliadas, mas sim as estruturas, as práticas, as relações, os processos, os produtos e os recursos que constituem o saber/fazer da UEMA em função dos seus objetivos desejados;

Objetivos

Geral

Desenvolver o processo de autoavaliação da Universidade Estadual do Maranhão – UEMA com foco no ensino, na pesquisa, na extensão e na gestão, em conformidade com as dimensões da avaliação institucional, na perspectiva de subsidiar os realinhamentos necessários às diretrizes propostas pelas políticas institucionais e a consecução dos objetivos que lhe são próprios como universidade.

Específicos

a) Sistematizar as informações advindas do processo de autoavaliação, socializando-as com toda comunidade acadêmica e a sociedade;

b) Identificar nos ambientes internos e externos, fatores positivos e negativos que possam interferir na qualidade dos serviços prestados pelos vários segmentos da Instituição;

c) Produzir um sistema de informações quantitativas e qualitativas para o acompanhamento da trajetória de desenvolvimento da qualidade institucional;

d) Propor mudanças, objetivando a qualidade do ensino, da pesquisa, da extensão e da gestão universitária;

e) Possibilitar a organização, catalogação e divulgação (interna e externa) da Instituição com vistas à identificação das áreas e da forma que estão sendo atendidas às demandas sociais;

f) Integrar as diversas iniciativas de avaliação existentes na IES no intuito de gerar informações válidas e confiáveis perante a coleta, análise e interpretação dos resultados; g) Sensibilizar a comunidade acadêmica da necessidade e importância de se estabelecer um processo contínuo de avaliação na IES;

h) Subsidiar, com os resultados da autoavaliação, os processos de credenciamento da IES e de regulação dos cursos e programas oferecidos.

A abrangência dos objetivos propostos requer o desenvolvimento de um trabalho que integre os benefícios das informações quantitativas e qualitativas, garantindo-se a otimização dos resultados obtidos. Deste modo, a autoavaliação em seu sentido amplo deve ser assumida como instrumento de compreensão, análise, reflexão e debate, em torno da Instituição, tendo em vista tomar decisões que suscitem o seu crescimento e aprimoramento, enquanto promotora do desenvolvimento da sociedade na qual se insere.

O Projeto de autoavaliação - 2016/2020 da Universidade Estadual do Maranhão - UEMA apresentou os caminhos para a continuidade das ações avaliativas institucionais, pretendendo expandi-las e consolidá-las em observância as diretrizes emanadas pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior - CONAES e pelo Conselho Estadual de Educação do Maranhão - CEE, respeitada as peculiaridades institucionais e ao mesmo tempo se constituirá numa experiência de aprendizagem para toda a comunidade acadêmica.

O processo de autoavaliação a ser desencadeado pela Universidade Estadual do Maranhão se constituirá numa experiência de aprendizagem para toda a comunidade acadêmica. No percurso da realização do processo exige-se o estabelecimento das condições relacionadas abaixo, consideradas prerrogativas fundamentais:

a) Comissão Própria de Avaliação - CPA/UEMA com autonomia e condições para planejar, coordenar e executar as atividades, mantendo o interesse pela avaliação, sensibilizando a comunidade, assessorando os segmentos quanto à divulgação, análise e discussão dos resultados e quanto à tomada de decisões sobre as providências saneadoras;

b) Compromisso da Administração Superior (Reitoria, Pró-Reitorias, Centro de Estudos, Diretores de Cursos, Chefes de Departamentos) em adotar a avaliação como instrumento de decisão dentro do seu planejamento estratégico. Os diversos Campi/Centros que compõem a estrutura da Instituição devem assentar as suas atividades baseadas nas informações levantadas através da autoavaliação; e

c) Comunidade acadêmica. Faz-se necessário para o alcance do sucesso a arregimentação de todos os atores para a responsabilidade e comprometimento para com a efetividade e o prosseguimento do processo avaliativo. O caráter formativo da autoavaliação deve possibilitar o aperfeiçoamento tanto pessoal dos membros da comunidade acadêmica quanto institucional, pelo fato de fazer com que todos os envolvidos se coloquem em um processo de reflexão e autoconsciência institucional.

A autoavaliação abrangerá situações internas e externas. No campo da avaliação interna contemplará gestores, servidores docentes, servidores técnico-administrativos e discentes. No que diz respeito a avaliação externa deverá contemplar os egressos, eméritos, parceiros, pais de alunos, colaboradores e a sociedade como um todo.

O processo de autoavaliação inicia-se com o estudo do Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI/UEMA 2016/2020 e das políticas de ensino, pesquisa, extensão e gestão administrativa da universidade, que constituirão parâmetros para as análises avaliativas. É necessário conhecer previamente os objetivos da instituição, sua missão, seus fundamentos pedagógicos, suas políticas de ensino, pesquisa, extensão, gestão de pessoal e outras, definidas nos documentos institucionais que serão analisados.

Para contemplar a participação efetiva de todos os campi/centros, o processo de autoavaliação será realizado pelas Comissões Setoriais de Avaliação dos Centros de Estudos - CSA/CENTRO/UEMA. As comissões Setoriais de Avaliação dos Centros têm a atribuição de desenvolver o processo avaliativo junto ao Centro, conforme o projeto de autoavaliação da Universidade, respeitadas as orientações da Comissão Própria de Avaliação CPA/UEMA.

As Comissões Setoriais de Avaliação dos Centros funcionarão como prolongamento da CPA/UEMA e devem criar estratégias adequadas à realidade local, no sentido de possibilitar a participação dos gestores, servidores docentes, servidores

técnico-administrativos e de representantes da sociedade em todas as etapas da avaliação.

3. DIMENSÃO 2 – CORPO DOCENTE E TUTORIAL

3.1 Núcleo docente estruturante – NDE

O Núcleo Docente Estruturante – NDE integra a estrutura de gestão acadêmica em cada curso de graduação, é regido pela Resolução Nº 01 de 17 de junho de 2010 do CONAES e pela Resolução Nº 826/2012 – CONSUN/UEMA, sendo corresponsável pela elaboração, implementação, atualização e consolidação do Projeto Pedagógico do Curso, tendo as seguintes atribuições:

I – contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso;

II – zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo;

III – indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;

IV – zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação.

O NDE será constituído pelo(a) Diretor(a) do Curso, como seu presidente e por no mínimo mais 05 (cinco) docentes que ministram disciplinas no curso, sendo o limite máximo definido pelo Colegiado do Curso.

3.2 Colegiado de curso

O Colegiado é um Órgão Deliberativo e Consultivo do Curso, conforme o que determina o Art. 49 e seus segmentos do Estatuto da Universidade Estadual do Maranhão, seção V, reproduzido ainda, no Art. 20 e seus segmentos, do Regimento dos Órgãos Deliberativos e Normativos da Universidade Estadual do Maranhão:

Art. 49 - Os Colegiados de Curso são órgãos deliberativos e consultivos dos Cursos e terão a seguinte composição: I - o Diretor de Curso como seu Presidente; II - representantes dos Departamentos cujas disciplinas integrem o Curso, na razão de um docente por cada

quatro disciplinas ou fração; III- um representante do corpo discente por habilitação.

Art. 20 - Os Colegiados de Curso terão a seguinte composição: I - o diretor de Curso como seu presidente; II - representantes dos Departamentos cujas disciplinas integrem o Curso, na razão de um docente por cada quatro disciplinas ou fração; III - um representante do corpo discente por habilitação.

3.3 Gestão do curso

Atua como gestor do Centro de Estudos Superiores de Pedreiras – CESPE o Professora Carmem Lúcia de Moraes Costa.

Conforme o Regimento dos Centros de Ciências e de Estudos Superiores que integram a Universidade Estadual do Maranhão, a gestão acadêmica dos cursos superiores, neste caso o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, dá-se por meio Direção do Curso. Este representa a menor fração da estrutura universitária que visa a organização administrativa, didático-científica e de distribuição de pessoal.

Assim como todos os outros departamentos, a Direção do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial goza de autonomia administrativa, acadêmica e científica e congregam docentes com objetivos comuns de pesquisa, extensão e áreas específicas de conhecimento.

Dentre as muitas atribuições do cargo de Diretor do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial podem-se destacar:

- Dirigir, supervisionar e controlar os trabalhos sob sua direção e chefia;
- Fornecer dados para elaboração da programação orçamentária;
- Elaborar relatórios de suas atividades;
- Representar a unidade na qual atua, por delegação, em assuntos ligados à sua área de competência;
- Administrar o departamento de Letras;
- Designar professores de seu departamento para compor bancas, a exemplo do Trabalho de Conclusão de Curso;

- Efetuar matrícula institucional e curricular, conforme calendário acadêmico;
- Convocar e presidir as reuniões do Colegiado de Curso;
- Examinar prazo de integralização curricular do aluno;
- Realizar reuniões de alunos para discussão de seus interesses

3.4 Corpo docente

Será necessário realização de concurso público para provimento de cargos da carreira do magistério superior. Para atender a demanda, deverá ser efetivado também, em caráter emergencial e provisório, contratação de professor substituto, cerca de 6 (seis) professores.

Todos os profissionais que atuarão no curso deverão possuir formação específica necessária ao curso, a fim de enriquecer o universo do conhecimento dos alunos e promover a multidisciplinaridade. A UEMA proporcionará aos professores capacitações pedagógicas e formação continuada ao longo do curso, possibilitando ao grupo unificar as ações e melhorar a qualidade do curso.

3.5 Corpo técnico-administrativo

Para auxiliar nas atividades acadêmicas e administrativas do curso, direção deverá contar com o apoio de um (a) secretário (a).

4. DIMENSÃO 3 – INFRAESTRUTURA

4.1. Infraestrutura física existente para desenvolvimento das atividades pedagógicas

ORD.	INFRAESTRUTURA DO CURSO	QTD.
01	Área de vivência	01
02	Cantina	01
03	Laboratório de informática	01
04	Banheiro masculino	01
05	Banheiro feminino	01

06	Banheiro PNE	01
07	Auditório	01
08	Salas de aula	06
09	Sala de Secretaria	01
10	Sala de Direção	01
11	Biblioteca	01

4.2. Acervo bibliográfico

A infraestrutura da UEMA está organizada para atender às atividades da gestão educacional, dos serviços administrativos e do desenvolvimento pedagógico dos cursos de graduação e pós-graduação. Os espaços pedagógicos atendem às demandas da formação profissional proposta para os cursos de licenciatura. Para o desenvolvimento das atividades acadêmicas, a Instituição dispõe, nos *campi*, salas de aula, auditório, laboratórios de informática com equipamentos de multimídia, conectados à internet, e biblioteca. Além disso, há disponível, no *site* da UEMA, o acervo da **Biblioteca Virtual Universitária Pearson**.

O acervo bibliográfico destinado ao Curso Superior de Tecnologia de Gestão Comercial de Pedreiras deverá ser adquirido em conformidade com a indicação das referências básicas indicadas no ementário das disciplinas do currículo do curso. Os títulos deverão ser adquiridos.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 9.394/1996. **Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.** Brasília/DF: 1996.

_____.Lei nº 10.861/2004.**Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) e dá outras providências;**

_____.Decreto nº 3.860/2001.**Além de dar outras providências, dispõe sobre a organização do ensino superior e a avaliação de cursos e instituições;**

_____.Decreto nº 5.154/2004. **Regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº. 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e dá outras providências.** Brasília/DF: 2004.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO. **Resolução CNE/CP nº 03/2002. Trata das Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional de Nível Tecnológico.** Brasília/DF: 2002.

_____.Parecer CNE/CP nº 29/2002.**Trata das Diretrizes Curriculares Nacionais no Nível de Tecnólogo.** Brasília/DF: 2002.

_____.Resolução CNE/CP nº 03/2002. **Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia.** Brasília/DF: 2002.

_____.Parecer CNE/CES nº 436/2001. **Traça orientações sobre os Cursos Superiores de Tecnologia – Formação de tecnólogo.** Brasília/DF: 2001.

_____.Parecer CNE nº 776/1997. **Orienta as diretrizes curriculares dos cursos de graduação.** Brasília/DF: 1997.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa.** 7ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

FRIGOTTO, Gaudêncio; CIAVATTA, Maria; RAMOS, Marise (Org.). **Ensino médio integrado: concepções e contradições.** São Paulo: Cortez Editora, 2005. p. 57-82.

_____.Portaria MEC nº 10/2006.**Cria e aprova o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia.**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO. **Normas gerais de graduação. Resolução nº 1045/2012 - CEPE/UEMA, de 19 de dezembro de 2012.**

_____.RESOLUÇÃO Nº 313, DE 26 SET 1986. **Dispõe sobre o exercício profissional dos Tecnólogos das áreas submetidas à regulamentação e fiscalização instituídas pela Lei nº 5.194, de 24 DEZ 1966, e dá outras providências.**