



INSTITUTO FEDERAL  
SANTA CATARINA

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E  
TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CAMPUS JARAGUÁ DO SUL

**PRONATEC**

**CURSO DE REPRESENTANTE COMERCIAL**

**Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios**

**Jaraguá do Sul, Agosto de 2014.**

## **SUMÁRIO**

1 Dados de identificação.....	4
2 JUSTIFICATIVA.....	6
3 OBJETIVOS DO CURSO.....	6
4 CRITÉRIOS QUANTO À FORMA DE INGRESSO.....	6
5 CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS.....	7
8. RECURSOS MATERIAIS E HUMANOS.....	14
ANEXO I.....	15

## **1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

### 1.1 DADOS GERAIS DA INSTITUIÇÃO

CNPJ	No. 11.402.887/0005-94
RAZÃO SOCIAL	Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Jaraguá do Sul
ESFERA ADMINISTRATIVA	Federal
ENDEREÇO	Av. Getúlio Vargas, 830
CIDADE /UF/CEP	Jaraguá do Sul, Santa Catarina, CEP 89251000
TELEFONE /FAX	(47)3275-0911 e 3275-2185
E-MAIL PARA CONTATO	direcaojs@ifsc.edu.br
SITE	<a href="http://www.ifsc.edu.br">www.ifsc.edu.br</a>

### 1.2 HABILITAÇÃO

#### **REPRESENTANTE COMERCIAL**

### 1.3 DADOS GERAIS DO CURSO

#### 1.3.1 Denominação

Curso de Formação Inicial e Continuada de Representante  
Comercial

#### 1.3.2 Eixo profissional

Gestão e Negócios

#### 1.3.3 Modalidade

Ensino presencial.

#### 1.3.4 Regime de matrícula

A matrícula serão feitas conforme demandas. **Neste caso específico, como é PRONATEC, dependemos do Cadastro Único para fazer oferta.**

#### 1.3.5 Número de vagas

Serão oferecidas 25 vagas por turma.

#### 1.3.6 Carga Horária

160 horas presenciais

#### 1.3.7 Público Alvo

O curso é destinado aos interessados em atuar como autônomo e com atividades direcionadas à representação comercial.

#### 1.3.8 Horário e local do curso

O curso poderá ser oferecido conforme a demanda, período matutino, vespertino ou noturno nas dependências do Campus Jaraguá do Sul do Instituto Federal de Santa Catarina - IF-SC.

#### 1.3.9 Responsáveis:

**Doutor em Ciências Sociais, Mestre em Administração, Especialista em Tecnologia da Informação e Bacharel em Administração.**

**Especialista em Controladoria e Finanças e Bacharel em Administração.**

## **2 JUSTIFICATIVA**

Na região de Jaraguá do Sul há um grande número de empresas, setores de serviços e comércio que buscam profissionais com capacidade específica no segmento da representatividade dos seus produtos ou serviços.

A realização desse curso oportunizará aos alunos a possibilidade de serem autônomos, com uma micro empresa de representação e ainda para aqueles que atuarão na empresa na área de vendas, possibilitando maior crescimento e domínio da área mercadológica.

Um dos requisitos geralmente solicitados aos candidatos a vagas de emprego na área referente a este projeto, é a boa capacidade de comunicação, bom relacionamento, conhecimentos básicos em gestão mercadológica.

A realização do curso de representante comercial, oportunizará aos alunos conhecer ferramentas que possam lhe permitir o ingresso no mercado de trabalho ou ainda a sua atualização nesse ramo, de forma a gerar novas oportunidades e assim contribuir qualitativamente para o desenvolvimento da região.

## **3 OBJETIVO DO CURSO**

O curso tem como objetivo formar um profissional crítico, competente e, desenvolver suas habilidades comerciais de representação. Promover a formação do aluno no que se refere as atividades ligadas a gestão mercadológica das empresas e proporcionar maior avanço de mercado, melhorando o seu conhecimento e capacidade profissional.

## **4 CRITÉRIOS QUANTO À FORMA DE INGRESSO**

### **4.1 FORMA DE ACESSO**

O acesso aos cursos de FIC do campus de Jaraguá do Sul será mediante inscrição do candidato atendendo a edital próprio publicado pela comissão de ingresso do IFSC.

A seleção dos candidatos se dará na forma de sorteio, com data e horário divulgados em edital. O candidato deverá obedecer aos seguintes procedimentos:

1. Inscrição prévia.
2. Participação na realização do sorteio.
3. Participação na reunião de apresentação do curso.

**Em caso de demanda pelo PRONATEC como o público alvo é específico do Cadastro Único, as turmas serão formadas pelos parceiros do programa.**

### **4.2 REQUISITOS DE ACESSO**

O aluno deverá estar cursando o Ensino Médio (comprovado através da apresentação de histórico escolar) e idade igual ou superior a 16 anos.

## **5 CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS**

Conhecimento das principais ferramentas de vendas e formas de gestão;

Fornecer subsídios para a Elaboração de um Plano de Negócios no que se refere a criação de uma empresa;

Trabalhar fundamentos mercadológicos voltados ao mercado;

Trabalhar o uso de funções do marketing sobre mostruário, catálogos e divulgação do produto;

Trabalhar questões voltadas à ética e relações interpessoais;

## **6 COMPETÊNCIA DOS EGRESSOS**

1. Os egressos do curso obterão as seguintes competências:
2. Conhecer os fundamentos de gestão empresarial;
3. Conhecer as ferramentas do marketing;
4. Desenvolver técnicas de vendas;
5. Identificar oportunidades de negócios;
6. Zelar pela ética no trabalho.

## **7 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR**

- ✓ Gestão das Funções Organizacionais - 40h
- ✓ Marketing - 60h
- ✓ Gestão Mercadológica - 20h
- ✓ Empreendedorismo - 40h

**Total 160 horas**

### **7.1 UNIDADES CURRICULARES**

O curso compreende as seguintes unidades curriculares:

<b>GESTÃO DAS FUNÇÕES ORGANIZACIONAIS</b>
---

**Competência Geral:** Adquirir conhecimento na evolução da administração no decorrer do tempo, além de técnicas de implementação de uma gestão eficiente, através da abordagem de temas como a sociedade do conhecimento, as funções administrativas

**Habilidades:**

- ✓ Administração: definição e contextualização;

- ✓ O pensamento e a administração estratégica;
- ✓ Atividades empresariais e especialidades administrativas;
- ✓ Funções Administrativas: planejar, organizar, dirigir/coordenar, controlar;
- ✓ Gestão de pessoas;
- ✓ Noções de Logística.

#### BIBLIOGRAFIA:

**Fundamentos de Administração.** Maximiniano, Antonio Cesar Amaru. Editora Atlas. Ano 2007. São Paulo

**Iniciação ao Estudo de Administração.** Moraes, Anna Maris Pereira. Editora Makron Books Ano 2000. São Paulo

**Administração.** Montana, Patrick J.. Editora Saraiva. Ano 2005. São Paulo

**Administração Básica.** Silva, Delfino Teixeira. Editora Atlas. Ano 2000. São Paulo

## EMPREENDEDORISMO

**Competência Geral:** Estabelecer metas para a realização pessoal e profissional, estruturando-as em um plano de negócio.

#### **Habilidades:**

- ✓ Conceitos: empreendedorismo, empreendedor, intra-empendedor e empresário; habilidades, atitudes e características dos empreendedores;
- ✓ Invenção, inovação e mudança de paradigmas;
- ✓ Criatividade; intra-empendedor *versus* empresário: vantagens e desvantagens;



- ✓ A dinâmica nos negócios; plano de negócios; casos de empreendedores na forma de textos, vídeos ou depoimentos.

#### BIBLIOGRAFIA:

DOLABELA, F. **O Segredo de Luíza**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo : transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BANGS JR., D. H. **Guia prático – planejamento de negócios: criando um plano para seu negócio ser bem-sucedido**. São Paulo: Nobel, 2002.

FILION, L.J.; DOLABELA, F. **Boa ideia! E agora? Plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

KIYOSAKI, R. T.; LECHTER, S. L. **Pai rico, pai pobre: o que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro**. 46ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

**Guia PEGN, "Como montar seu próprio negócio"**. Ed. Globo, 2002.

## MARKETING

**Competência Geral:** Conhecer os conceitos de Marketing, seus compostos e suas variáveis. Conhecer organização, planejamento e controle para o Marketing. Conhecer sistemas de informação de Marketing, pesquisa de mercado, bem como pesquisa de comportamento do consumidor e segmentação de mercado.

#### **Habilidades:**

- ✓ Identificar e entender mercados de consumo;

- ✓ Entender o comportamento dos consumidores (fatores internos e externos);
- ✓ Entender o conceito, classificação e componentes de um produto;
- ✓ Identificar e entender os canais de distribuição;
- ✓ Entender o conceito de propaganda e desenvolver material publicitário.

#### BIBLIOGRAFIA:

DIAS, Sérgio R. **Estratégia e canais de distribuição**. São Paulo: Atlas, 1993.

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing de varejo**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2000.

GAMBLE, Paul R. et al. **A revolução do marketing**. São Paulo: Futura, 2007

LIMEIRA, Tânia M.V.. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2008.

RANGAN, V.Kasturi. **Transformando sua estratégia de ingresso no mercado: as três disciplinas da gestão de canais**. Porto Alegre: Bookman, 2008

## GESTÃO MERCADOLÓGICA

**Competência Geral:** Conhecer os conceitos de Vendas/Gestão Mercadológica, seus compostos e suas variáveis.

**Habilidades:**

- ✓ Compreender como é feito o lançamento de um novo produto;
- ✓ Desenvolver estratégias de vendas;
- ✓ Identificar o valor de uma marca, aplicar sua identidade e personalizar os produtos.

**BIBLIOGRAFIA:**

CARVALHO, Pedro Carlos de; MORAES, Wagner Froes de.

**Administração mercadológica.** Campinas/SP: Alínea, 2010.

JULIANELLI, Leonardo. **Previsão de vendas.** São Paulo: Atlas, 2006.

MINARELLI, José Augusto. **Inteligência mercadológica.** São Paulo: Gente, 2009.

TOMANINI, Cláudio. MEINBERG, José Luiz; PEIXOTO, Luiz Carlos.

**Gestão de vendas.** Rio de Janeiro: FGV, 2010.

## 7.2 METODOLOGIA

Através da exemplificação e da discussão de situações reais é que as competências serão desenvolvidas.

As aulas ocorrerão em sala de aula e laboratório de informática com utilização de um computador para cada aluno. Os conteúdos bem como os exercícios de fixação serão desenvolvidos pelos professores em conjunto com a turma.

## 7.3 AVALIAÇÃO

Avaliação do processo de ensino e aprendizagem:

O desenvolvimento das competências será avaliado através de atividades teóricas e práticas, tanto individuais quanto coletivas.

Para os alunos que apresentarem dificuldades de aprendizagem, será desenvolvido exercícios específicos para a dificuldade apresentada. Exercícios teóricos e práticos.

Para os alunos que apresentarem habilidades suficientes para as atividades propostas, serão desenvolvidas atividades pedagógicas que contemplem maior percepção, aumentando a compreensão acerca do assunto.

O desempenho dos estudantes será avaliado por sua participação, interesse e demonstração de aprendizagem ao longo do desenvolvimento das atividades. Exige-se para aprovação uma frequência mínima de 75% nas aulas.

### 7.3.1. CONCEITOS

O aluno receberá, ao final de cada módulo, um conceito relativo ao seu desempenho durante as atividades do período determinado. Os conceitos podem ser:

**E – Excelente:** quando é capaz de desempenhar com destaque todas as competências exigidas pelo perfil profissional de conclusão;

**P – Proficiente:** quando é capaz de desempenhar a contento, todas as competências exigidas pelo perfil profissional de conclusão;

**S – Suficiente:** quando é capaz de desempenhar, o mínimo, das competências essenciais exigidas pelo perfil profissional de conclusão;

**I – Insuficiente:** quando não é capaz de desempenhar, o mínimo, das competências essenciais exigidas pelo perfil profissional de conclusão.

Ao final do curso, será feito um registro final do desempenho do aluno, da seguinte forma:

**Apto:** será considerado apto o aluno que apresente um dos 3 conceitos de aprovação (excelente, proficiente ou suficiente);

**Não apto:** será considerado não apto o aluno que apresente conceito de reprovação (insuficiente) em alguma das unidades curriculares;

## **8. RECURSOS MATERIAIS E HUMANOS**

Para o desenvolvimento do curso será necessário a utilização dos seguintes

espaços existentes no campus:

1 Laboratório de Informática;

1 Sala de aula comum; Biblioteca.

O campus possui estes recursos.

## ANEXO I



Ministério da Educação  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina  
Lei nº 11.892 de 29/12/2008, publicada no D.O.U. em 30/12/2008



# CERTIFICADO

**Certificamos que <nome do aluno> concluiu o Curso de Formação Inicial e Continuada de Costureiro Industrial do Vestuário, ministrado no período de XX/XX/XXX a XX/XX/XXX, num total de 240 (duzentos e quarenta) horas, realizadas no IF-SC Campus Jaraguá do Sul.**

Jaraguá do sul, xx de xx de xxxx.

Erci Schoenfelder  
Diretor Geral do Campus Jaraguá do Sul