



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA**

**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO
PROMOTOR DE VENDAS
MODALIDADE A DISTÂNCIA**

**Santa Maria – RS
2020**

Jair Messias Bolsonaro

Presidente da República

Abraham Bragança de Vasconcellos Weintraub

Ministro da Educação

Ariosto Antunes Culau

Secretário da Educação Profissional e Tecnológica

Carla Comerlato Jardim

Reitora do Instituto Federal Farroupilha

Édison Gonzague Brito da Silva

Pró-Reitor de Ensino

Raquel Lunardi

Pró-Reitora de Extensão

Arthur Pereira Frantz

Pró-Reitor de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação

Nídia Heringer

Pró-Reitora de Desenvolvimento Institucional

Vanderlei José Pettenon

Pró-Reitor de Administração

Adriano Brum Fontoura

Diretor de Extensão

Cynthia Gindri Haigert

Coordenadora Geral Pronatec

Denise Valduga Batalha

Coordenadora Adjunta Pronatec

Fabiano Damasceno

Diretor de Pesquisa, Extensão e Produção

Claudio Raimundo de Bastos Brasil

Coordenador de Extensão

SUMÁRIO

1.	CARACTERÍSTICAS DO CURSO	42.	APR	
4.	OBJETIVOS	Erro! Indicador não definido.	5.	PRÉ
6.	PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO	67.	ORG	
	APRENDIZAGEM	1011.	MET	

1. CARACTERÍSTICAS DO CURSO

Denominação do curso: Promotor de Vendas

Carga horária Total: 160h

Eixo tecnológico: Gestão e Negócios

Características do curso: Promovem as mercadorias, produtos e serviços em estabelecimentos do comércio varejista ou atacadista, auxiliando os clientes na escolha de produtos e serviços, apresentando suas qualidades e vantagens de aquisição. Controlam entrada e saída de mercadorias. Expõem mercadorias de forma atrativa, em pontos estratégicos de vendas. Elaboram relatórios de vendas, de promoções, de demonstrações e pesquisa de preços.

Periodicidade das aulas: Semanais

Nível: Ensino Fundamental

Modalidade: Educação a Distância (Formação Inicial e Continuada - FIC).

Frequência da oferta: Conforme demanda do(s) parceiro(s) demandante(s)

Número de vagas do curso: 400 vagas

Local da Aulas: Ambiente Virtual de Aprendizagem

Requisitos de acesso ao Curso: Ensino Fundamental II (6º a 9º) - Completo

2. APRESENTAÇÃO

Este plano pedagógico de curso constitui-se em documento norteador para implantação e execução do curso Promotor de Vendas – Modalidade Educação a Distância (EaD) na Formação Inicial e Continuada.

Para tanto, o Instituto Federal Farroupilha visa transformar positivamente a realidade de pessoas que se encontram à margem dos espaços escolares, ao oferecer ensino na modalidade EaD na Formação Inicial e Continuada e ao possibilitar a inclusão social por meio da profissionalização.

Neste contexto, o Instituto Federal Farroupilha, com a oferta do curso de Promotor de Vendas possibilita o acesso a qualificação com vistas a melhorias nas condições de inserção social, econômica, política e cultural de jovens e adultos. Acreditando que uma educação contextualizada e emancipatória contribui para o desenvolvimento local e regional de modo sustentável. A criação deste curso apresenta-se, também, como uma proposta que visa a atender a necessidade de

qualificação existente, em consonância com a realidade econômica e social da região.

3. JUSTIFICATIVA

O Instituto Federal Farroupilha - IFFar é uma instituição pública federal de Educação Profissional e Tecnológica, que tem como objetivo oferecer ensino público, gratuito e de qualidade, com foco no atendimento de demandas locais e regionais. Convergindo com este propósito é que a Instituição oferece o curso de Promotor de Vendas.

A partir dessa perspectiva, a proposta de curso foi elaborada com base nas possíveis definições de investimentos públicos e privados nos diferentes setores econômicos, nos indicadores formais de ocupação, nas perspectivas de necessidade de mão-de obra qualificada, nos arranjos produtivos locais e nas características do público com necessidade de qualificação.

O Curso Promotor de Vendas pretende contribuir no atendimento das demandas do comércio que precisa melhorar sua relação entre empresa e clientes, através de uma abordagem mais qualificada com ações de comunicação que façam a empresa entender melhor seu público-consumidor. Compreender a forma com que o seu cliente se comporta em relação aos seus processos de compra, motivando os negócios e seus colaboradores para ações que resultem na melhoria das vendas e do relacionamento das empresas com seus consumidores e portanto, contribuindo para a melhoria econômica de seus setores, tanto no varejo como serviço.

O Promotor de Vendas estará apto a entender o negócio da empresa em que atua e apoiar suas ações e/ou, inclusive, assessorar os setores do empreendimento através do desenvolvimento das equipes de vendas e da comunicação digital e da venda. Tanto no ambiente de loja física quanto com resultados nas vendas *online* trazendo com sua prática em *merchandising* e impacto visual (*visual facing*) resultados efetivos para a empresa e contribuindo para a economia local e regional.

4. OBJETIVOS

O Curso de Promotor de Vendas tem como objetivo qualificar colaboradores de empresas, ou profissionais que estão no mundo do trabalho buscando por qualificação para atuar em empresas que entendam a importância de promover suas vendas com

práticas delineadas por ações de comunicação que relacionem a empresa a seus consumidores trazendo resultados para o negócio tanto nas vendas da loja como nas vendas *online*.

Os objetivos específicos são:

- Ensinar aos alunos sobre como funciona a empresa e a importância do Setor de Vendas, dos vendedores e equipes de vendas, através do planejamento e qualificação do pessoal deste setor;
- Aprofundar ações práticas do setor de vendas e desenvolvimento das equipes de vendas para o espírito da liderança, da motivação para o trabalho e para a comunicação com os clientes;
- Compreender o comportamento do consumidor no mercado moderno;
- Promover conhecimento sobre os fundamentos do *Merchandising*: exibição de técnicas, fluxos de persuasão e o planejamento das áreas de compras, tráfego na loja, exposição de produtos, impacto visual e *visual facing*, incluindo ações digitais;
- Ensinar sobre a Comunicação e as Mídias Sociais e os canais digitais de vendas, determinação de preços e planejamento das mídias.
- Instigar a Comunicação da empresa através do desenvolvimento de Eventos, Feiras, Convenções, entre outros, inclusive aquelas ações de comunicação midiática.

5. PRÉ-REQUISITOS DE ACESSO

O pré-requisito básico para o acesso ao curso de Promotor de Vendas é o Ensino Fundamental II Completo e o mecanismo de acesso se dará por meio de inscrição *on-line* realizada no sítio virtual do Instituto Federal Farroupilha.

6. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

O IF Farroupilha, em seus cursos, prioriza a formação de profissionais que:

- tenham competência técnica e tecnológica em sua área de atuação;
- sejam capazes de se inserir no mundo do trabalho de modo comprometido com o desenvolvimento regional sustentável;

- tenham formação humanística e cultura geral integrada à formação técnica, tecnológica e científica;
- atuem com base em princípios éticos e de maneira sustentável;
- saibam interagir e aprimorar continuamente seus aprendizados a partir da convivência democrática com culturas, modos de ser e pontos de vista divergentes;
- sejam cidadãos críticos, propositivos e dinâmicos na busca de novos conhecimentos.

Em específico, o curso de Formação Inicial e Continuada, **Promotor de Vendas** priorizará a formação de profissionais, que:

- Desenvolvam conceitos e práticas para a Promoção de Vendas com um enfoque nas tendências e usos das mídias sociais voltadas para o consumidor moderno;
- Entendam o ambiente de vendas dentro da estrutura das empresas, desenvolvendo competências, objetivos, metas e relatórios;
- Estejam capacitados para vendas no varejo e prestação de serviços, conhecendo o funcionamento do setor de vendas da empresa, metas e elementos da gestão das equipes;
- Organizam equipes para a venda presencial e digital, compreendendo o *merchandising* e o impacto visual da loja.
- Elaborem e executem o planejamento para a comunicação do negócio e suas vendas, as ações de comunicação e promoção de vendas em Eventos, Feiras e Convenções, inclusive ações através das mídias sociais.

7. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

A organização curricular está elaborada de forma sequencial, cujo intuito é facilitar o entendimento dos princípios teóricos e práticos para desenvolver a atividade de Promotor de Vendas, totalizando 160 horas.

8. ESTRUTURA CURRICULAR

Organização Curricular	
Componentes Curriculares	Carga Horária (horas)
Ambientação em EaD	15
Gestão de Vendas e dos Vendedores	35
Comportamento do Consumidor	20
<i>Merchandising</i> e o Impacto Visual do <i>Facing</i>	30
Negócios Digitais e Comunicação com o Cliente	30
Estratégias para Eventos, Feiras e Convenções	30
TOTAL	160

9. EMENTÁRIO

Disciplina: Ambientação em EaD
Carga Horária: 15h
EMENTA: Ambiente Virtual de Ensino Aprendizagem. Ferramentas para navegação e busca na internet. Concepções e legislação em EaD. Metodologias de estudos baseadas nos princípios de autonomia, interação e cooperação.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: ALVES, Lynn; BARROS, Daniela; OKADA, Alexandra. Estratégias MOODLE: Pedagógicas e Estudos de Caso. Salvador – BA,2009. Disponível em: < http://www.lynn.pro.br/admin/files/lyn_livro/7d17b6fefa.pdf > BRASIL. Decreto nº 2.494, de 10 fevereiro 1998. Júlio Araújo e Nukácia (Orgs.). EaD em Tela: Docência, Ensino e Ferramentas Digitais Editora: Pontes Editores p.: 246. ISBN: 9788571134263 Ano: 2013201320132013.

Disciplina: Gestão de Vendas e dos Vendedores
Carga Horária: 35h
EMENTA: As empresas e os ambientes de negócios: fatores internos e externos que impactam as decisões, análise SWOT e BCG. O Varejo e o Serviço: características, objetivos. O setor de vendas: principais objetivos, metas, respostas para o negócio e o perfil de vendedores. Processo de Venda: percepção e qualificação, abordagens, apresentação e demonstração. Discussão de objetivos, fechamento, acompanhamento das vendas. Como gerenciar uma equipe de vendas. Inteligência emocional nas vendas: autopercepção, auto-regulação, motivação e empatia. Estabelecendo metas, prazos e resultados esperados. Equipes de venda na loja física e na loja digital.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CASTRO, Luciano Thomé e; FAVA NEVES, Marcos; CONSOLI, Matheus Alberto: Administração de vendas: planejamento, estratégia e gestão. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2018.

ADOLPHO, Conrado. **8 Ps do marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2011.

GOLEMAN. Daniel. **Trabalhando com a inteligência emocional**. São Paulo: Objetiva, 1998.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12ª ed. São paulo: Pearson, 2007.

Disciplina: Comportamento do Consumidor

Carga Horária: 30h

EMENTA:

Entendendo a empresa, seu objetivo e sua relação com o consumidor. Consumidor, Cliente e usuário. Entendendo a segmentação de mercado e o público-alvo e o posicionamento da empresa. O que é o comportamento do consumidor. Entendendo o funcionamento do comportamento do consumidor: compra e a tomada de decisão. Influências internas e influências externas do comportamento do consumidor.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12ª ed. São paulo: Pearson, 2007;

LINDSTROM, Martin. **A lógica do consumo**: verdades e mentiras sobre por que compramos. São Paulo: HarperCollins, 2018;

SOLOMON, Michael R. **Comportamento do consumidor**: comprando, possuindo e sendo. 11ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

Disciplina: Merchandising e o Impacto Visual do Facing

Carga Horária: 25h

EMENTA: Definição de Merchandising e seu objetivo. Exhibitécnica: a loja fala, a vitrine, a música e os aromas da loja. O ambiente virtual de compra. Lojas de departamento e vitrinismo. A exhibitécnica: áreas da loja, tráfego, alturas de exposição, impacto visual e *facings*. Exposição de produtos e estoques. Empilhamento e o uso dos espaços. Resposta do espaço comercial. O que considerar na exposição nas redes sociais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ADOLPHO, Conrado. **8 Ps do marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2011;

FERRACIU, João de Simoni Soderini. **Marketing promocional**. 6ª ed. São Paulo: Pearson, 2007;

MALHOTRA, Naresh. **Design de loja e merchandising visual**. São Paulo: Saraiva, 2013;

MORGAN, Tony. **Visual merchandising**: vitrinas e interiores comerciais. São Paulo: GG, 2017.

Disciplina: Negócios Digitais e Comunicação com o Cliente

Carga Horária: 30h

EMENTA:

Entendendo as importantes transformações das relações de marketing tradicional

para o digital. Entender a conectividade com o consumidor. Entender os 5As: assimilação, atração, arguição, ação e apologia. Entender as subculturas dos consumidores na internet na defesa da marca. Marketing on-line e off-line para proporcionar atendimento ao cliente. Marketing de conteúdo para os negócios digitais e como comunicar o conteúdo. Organizar as estratégias necessárias para o ambiente de negócios digitais para atingir o cliente.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ADOLPHO, Conrado. **8 Ps do marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2011;
 KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. São Paulo: Sextante, 2011;
 MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

Disciplina: Estratégias para Eventos, Feiras e Convenções

Carga Horária: 30h

EMENTA: Planejamento da comunicação da empresa. Objetivos para a Promoção de Vendas. Eventos: participar e promover eventos; Tipos de Eventos; definindo públicos; definir o posicionamento do evento; orçamento e retorno esperado e efetivo. Eventos online. Feiras: objetivo de participar e promover Feiras; Etapas do Planejamento da Feira. Convenções: quais os objetivos, públicos e o plano de atividades. Outros tipos de eventos: workshops, congressos, eventos sociais, eventos culturais e desportivos. Outros eventos online.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FERRACIU, João de Simoni Soderini. Marketing promocional. 6ª ed. São Paulo: Pearson, 2007;
 GIACACLIA, Maria Cecília. Organização de eventos: teoria e prática. São Paulo: Cengage Learning, 2003;
 PAIVA, Hélio Afonso Braga de; NEVES, Marcos Fava. Planejamento Estratégico de Eventos: como organizar um plano estratégico para eventos turísticos e de empresas de eventos. São Paulo: Atlas, 2008.

10. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

Conforme as Diretrizes Institucionais, a avaliação da aprendizagem dos estudantes, visa a progressão para o alcance do perfil profissional de egresso, sendo contínua e cumulativa, com prevalência dos aspectos qualitativos sobre os quantitativos, bem como dos resultados ao longo do processo sobre os de eventuais atividades finais.

A avaliação do rendimento escolar, enquanto elemento formativo é condição integradora entre ensino e aprendizagem e deverá ser ampla, contínua, gradual, dinâmica e cooperativa, acontecendo paralelamente ao desenvolvimento de conteúdos.

O professor deixará claro aos estudantes, por meio do Plano de Ensino, no início do período do curso, os critérios para avaliação do rendimento. Serão utilizados no mínimo dois instrumentos de avaliação, a serem desenvolvidos no decorrer de cada componente curricular.

O registro do aproveitamento escolar dos estudantes do Curso de Promotor de Vendas EaD compreenderá a apuração da assiduidade e realização das atividades no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA). Para efeito de frequência, computar-se-ão as atividades desenvolvidas pelo estudante registradas no AVA.

Entre os aspectos relevantes do sistema de avaliação do IFFar, segue o exposto abaixo:

- Estará aprovado no componente curricular o aluno que obtiver nota no período maior ou igual a 7,0 (sete) e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) em participação no Ambiente Virtual de Aprendizagem.
- A nota dos estudantes será composta pelas notas das atividades realizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem. O resultado final deverá atingir nota maior ou igual a 7,0 (sete).

11. METODOLOGIA

Este curso possibilita uma forma de atendimento, na qual o educando possa compreender o mundo compreender-se no mundo e nele atuar na busca de melhoria da qualidade de vida. Deve contemplar a elevação da profissionalização para um contingente de cidadãos cerceados do direito de acesso a uma formação profissional de qualidade, levando em conta que cada educando tem uma experiência de vida acumulada de acordo com a sua realidade vivida.

Dessa forma, o curso propõe uma matriz curricular que assegure o acesso, a permanência e o êxito do profissional formado não apenas no curso em si, mas também no setor formal ou como profissional autônomo. Serão empregados procedimentos diversos para alcançar os objetivos propostos no curso, sendo de responsabilidade dos docentes a produção dos conhecimentos constantes na sua matriz curricular.

O curso é composto pelo componente curricular Ambientação em EaD, destinado à preparação dos alunos para o uso do computador e do Ambiente Virtual de Aprendizagem, que objetiva a inclusão digital dos cursistas e, conseqüentemente, um maior acesso à informação, também é composta por componentes curriculares próprios

ao desenvolvimento de habilidades relativas ao curso, voltadas para o campo de atuação do estudante.

As metodologias de ensino deverão implicar em procedimentos didático-pedagógicos que orientem os estudantes com vistas a uma formação profissional que possibilite além do conhecimento de técnicas específicas do curso, a habilitação para o desempenho da profissão levando em consideração princípios e valores, tais como, relacionamento interpessoal, comunicação com o público, o trabalho em equipe, leitura e interpretação de informações técnicas, observando sempre o agir eticamente.

Far-se-á uso de diferentes práticas tais como as descritas a seguir:

- Utilização de aulas expositivas para a construção do conhecimento nas disciplinas, em formato de vídeos;
- Apresentação de temas e conteúdos em plataforma digital;
- Fornecimento de material escrito e audiovisual, preparado pelo professor formador e por terceiros;
- Pesquisas sobre os aspectos teóricos e práticos no seu futuro campo de atuação;
- Discussão de temas em fóruns, partindo-se de leituras orientadas individuais e em grupos, vídeos, pesquisas ou aulas expositivas;
- Abordagem de assuntos relativos às novas tecnologias na área de atuação.

Serão utilizados recursos pedagógicos necessários ao ensino a distância, em Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), tais como: vídeos, animações, simulações, hipertextos, biblioteca virtual e conteúdo da *web*, possibilitando aos educandos o desenvolvimento da autonomia da aprendizagem e, ainda, à facilidade na busca da informação e construção do conhecimento.

A metodologia de ensino do curso na modalidade a distância fará uso das novas tecnologias de informação e comunicação – NTICs para garantir a interação professor/aluno e mediador/aluno.

11.1 Política de Educação a Distância do IFFar

A Educação a Distância (EaD) é uma modalidade de ensino prevista no Art. 80 da LDB e regulamentado pelo Dec. Nº 5.622/2005. A EaD caracteriza-se como a modalidade educacional na qual a mediação didático-pedagógica nos processos de

ensino e aprendizagem ocorre com a utilização de meios e tecnologias de informação e comunicação, com estudantes e professores desenvolvendo atividades educativas em lugares ou tempos diversos.

Os objetivos do IFFar quanto ao estabelecimento da Educação a Distância são:

I - transpor as barreiras geográficas, ofertando educação profissional nos seus diferentes níveis e formas, na modalidade a distância;

II - comprometer-se com a escola pública de qualidade e com a democratização do uso crítico das tecnologias;

III - proporcionar formação em educação a distância aos servidores e demais envolvidos na Educação a Distância no Instituto;

IV - promover a utilização de tecnologias educativas de informação e comunicação no âmbito do ensino, pesquisa e extensão, em todos os níveis, formas e modalidades ofertadas no IFFar;

V - integrar a pesquisa e a extensão ao ensino a distância.

12. EXPEDIÇÃO DE CERTIFICADOS

O certificado de conclusão será emitido ao término do curso, desde que o estudante esteja aprovado. Após conclusão do curso, o estudante aprovado receberá o Certificado de Promotor de Vendas, com carga horária de 160 horas.

A emissão do certificado ficará a cargo da Pró-reitoria de Extensão e a entrega ao concluintes será de responsabilidade das Diretorias de Pesquisa, Extensão e Produção e Coordenações de Extensão.

13. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Congresso Nacional. **Lei Federal nº 9.394**. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília, 20 de dezembro de 1996.

Congresso Nacional. **Lei Federal nº 12.513**. Institui o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec). Brasília, 26 de outubro de 2011.

Ministério da Educação. Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec). **Manual de Gestão da Bolsa-Formação**. Brasília, nov. 2011.

Ministério da Educação. Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. **Guia Pronatec de Cursos FIC**. Brasília, DF, 2016.

VEIGA, Ilma Passos Alencastro. **Inovações e Projeto Político-Pedagógico: uma relação regulatória ou emancipatória?** Caderno Cedes, Campinas, v. 23, n. 61, p. 267- 281, dezembro de 2003.