



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel

Av. Tito Muffato, 2317 – Bairro Santa Cruz

85806-080 – Cascavel – PR

Fone: (45) 3036-3636 - Fax: (45) 3036-3638

<http://www.univel.br>

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DE CASCAVEL - UNIVEL

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

CASCAVEL - PR

2012

SUMÁRIO

1 DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO.....	5
1.1 Identificações da mantenedora.....	5
1.2 Dirigente principal da Faculdade.....	5
1.3 Diretor de Desenvolvimento.....	5
1.4 Coordenador do Curso.....	5
2 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO	6
2.1 Legislação básica	7
2.2 Histórico da mantenedora e da instituição mantida	7
2.3 Contexto Educacional.....	10
2.3.1 Contexto Socioeconômico	12
3 PARTICIPAÇÃO DO CORPO DOCENTE NAS ATIVIDADES DE DIREÇÃO DA INSTITUIÇÃO MANTIDA.....	15
4 JUSTIFICATIVA DA OFERTA DO CURSO	17
4.1 Aspectos Metodológicos.....	18
4.2 Apresentação dos Resultados.....	19
5 ATUAÇÃO DO COLEGIADO DO CURSO	22
5.1 Núcleo Docente Estruturante – NDE	22
5.2 Metodologia.....	23
5.3 Portaria 4.059 de 10 de dezembro de 2004 – 20% em EAD.....	24
5.4 Ações decorrentes dos processos de avaliação do curso	24
5.5 Atuação do Coordenador	25
6 CONCEPÇÃO DO CURSO.....	26
7 OBJETIVOS DO CURSO	26
8 PERFIL DO EGRESSO	27
8.1 Estágio extracurricular (não obrigatório).....	28
9 ATIVIDADES COMPLEMENTARES	28
10 AVALIAÇÃO.....	29
10.1 Avaliação do Projeto do Curso	29
11 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – Plano de Negócios	31

12 COMPOSIÇÃO DA MATRIZ CURRICULAR	32
12.1 Horas/Aula	32
12.2 Hora/Relógio.....	33
12.3 Projetos Integradores	34
13 EMENTAS.....	36
14 PRÁTICAS PEDAGÓGICAS PREVISTAS	57
14.1 Conteúdos curriculares	57
14.2 Atividades de tutoria.....	58
14.3 Tecnologias de informação e comunicação – TICs - no processo ensino-aprendizagem	58
15 OUTROS ITENS DO PROJETO PEDAGÓGICO	66
15.1 Forma de acesso ao curso	66
16 POLÍTICAS DE ATENDIMENTO AOS DISCENTES	67
16.1 Estímulos à permanência	67
16.2 Programa de Nivelamento	67
16.3 atendimentos psico-pedagógico.....	68
17 PERFIL DOCENTE	69
18 CORPO TÉCNICO ADMINISTRATIVO	69
18.1 Participação estudantil nos órgãos colegiados	70
18.2 Acompanhamento dos Egressos	71
18.3 Atendimento Extra-Classe.....	72
18.4 Ouvidoria	72
19 RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS	73
20 POLÍTICAS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL.....	73
20.1 Políticas institucionais no âmbito do curso	73
21 INFRAESTRUTURA	74
21.1 Infraestrutura Física.....	74
21.1.1 Salas de Aulas – Bloco A.....	74
21.1.2 Salas de Aulas – Bloco B.....	75
21.1.3 Setores Diversos.....	75



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel

Av. Tito Muffato, 2317 – Bairro Santa Cruz

85806-080 – Cascavel – PR

Fone: (45) 3036-3636 - Fax: (45) 3036-3638

<http://www.univel.br>

21.2 Biblioteca	77
21.3 Estrutura de Informática.....	82
22 INFRAESTRUTURA DE ACESSIBILIDADE ÀS PESSOAS PORTADORAS DE NECESSIDADES ESPECIAIS	87
23. ANEXOS	93
23.1 Regulamento das Atividades Complementares	93
23.2 Regulamento do Plano de Negócios	96
23.2 Apêndice A - Ficha de Orientação de Plano de Negócio	102
23.3 Apêndice B - Dicas para a Elaboração do Trabalho	103
23.4 Apêndice C - Modelo de Capa Dura.....	105

1 DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO

1.1 Identificações da mantenedora.

NOME:	UNIÃO EDUCACIONAL DE CASCAVEL - UNIVEL				
CNPJ:	80882772/0001-33				
END.:	AVENIDA TITO MUFFATO, 2.317				
CIDADE:	CASCAVEL	UF:	PR	CEP:	85806-080
FONE:	(45) 3036-3636	FAX:	(45) 3036-3638		
E-MAIL:	renato@univel.br				

1.2 Dirigente principal da Faculdade.

DIRIGENTE PRINCIPAL DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO					
NOME:	VIVIANE DA SILVA				
END.:	AVENIDA TITO MUFFATO, 2.317				
CIDADE:	CASCAVEL	UF:	PR	CEP:	85806-080
FONE:	(45) 3036-3611	FAX:	(45) 3036-3638		
E-MAIL:	viviane@univel.br				

1.3 Diretor de Desenvolvimento.

NOME:	NILTON NICOLAU FERREIRA				
END.:	AVENIDA TITO MUFFATO, 2.317				
CIDADE:	CASCAVEL	UF:	PR	CEP:	85.806-080
FONE:	(45) 3036-3614	FAX:	(45) 3036-3638		
E-MAIL:	nilton@univel.br				

1.4 Coordenador do Curso

NOME:	LÚCIO SHEUER				
END.:	AVENIDA TITO MUFFATO, 2.317				
CIDADE:	CASCAVEL	UF:	PR	CEP:	85806-080
FONE:	(45) 3036-3606	FAX:	(45) 3036-3638		
E-MAIL:	Lucio@univel.br				

2 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

**Projeto de Curso de: CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO
COMERCIAL**

Informações Gerais sobre o curso:

DENOMINAÇÃO	TECNOLÓGO EM GESTÃO COMERCIAL
Total anual de vagas	150 vagas
Nº de alunos por turma	50
Turno de funcionamento	Noturno
Regime de matrícula	Anual
Carga horária total do curso	Mínimo 2 anos e máximo 3 anos
Integralização de carga horária do curso	1.760

Condições de ingresso	Processo Seletivo, Processo Agendado e ENEM
------------------------------	--

2.1 Legislação básica

- Portaria nº 12, de 14/08/2006, aprova em extrato, o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia.
- Resolução CNE/CP nº 03, de 18/12/2002, Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a organização e o funcionamento dos Cursos Superiores de Tecnologia.

2.2 Histórico da mantenedora e da instituição mantida

Da Mantenedora: União Educacional de Cascavel – UNIVEL, sociedade civil de direito privado, de fins educacionais, registrada no Cartório de Registro de Título e Documentos, sob nº. 0001433/016, Livro A – 015, fls. 156/172, Pessoas Jurídicas, da Comarca de Cascavel/PR, CNPJ 80.882.772/0001 - 33, localizada na Avenida Tito Muffato, 2317, Bairro Santa Cruz, CEP 85 806 -080, na cidade de Cascavel, Estado do Paraná.

Da Mantida: Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel, localizada no mesmo endereço da mantenedora, credenciada pelo Decreto Ministerial de 10/02/1995, publicado no DOU de 13/02/95. Foi instituída a faculdade, sem fins lucrativos, com a autorização para o curso Superior de Tecnologia em Processamento de Dados, modificado para curso Superior de Tecnologia em Análise de Desenvolvimento de Sistemas, por meio da portaria nº. 3406, de 30/09/2005. As atividades acadêmicas tiveram início no dia 26/02/1996, cujo Regimento da referida foi aprovado pela portaria nº. 1740, de 08/08/2001. Trata-se de uma Instituição de Ensino Superior, dotada de moderníssimas instalações com amplas salas de aula, biblioteca, laboratórios, núcleo de prática jurídica, tribunal de júri, auditório com 528 poltronas,

praça de alimentação, estacionamento asfaltado para docentes e discentes com capacidade para 1.200 carros. Possui todas as adequações necessárias aos portadores de necessidades especiais tais como: segurança, sinalização e estacionamento identificado. Todas estas dependências administrativas estão localizadas numa área total construída de 24.219m² e área livre para futuras edificações de 97.682,84 m². A CPA - Comissão Própria de Avaliação está em pleno funcionamento, com reuniões mensais e avaliações institucionais semestrais, com divulgação para a comunidade acadêmica. A FCSAC apresenta um perfil de cursos voltados para bacharelado, tecnólogos, licenciatura e pós-graduação Lato Sensu.

MISSÃO

A FCSAC tem a seguinte missão: **“Ser um centro de excelência em Educação Superior, orientado para gerar consciência crítica, formando empreendedores com o perfil que as transformações da sociedade exigem, integrados com a realidade regional”.**

VISÃO:

A FCSAC busca “ser reconhecida como uma Instituição universitária de referência local e regional”. Para tanto, zela por:

- Qualidade e compromisso do corpo docente;
- Aquisição de competências institucionais para o desenvolvimento do ensino e da extensão de qualidade;
- Consolidação da extensão universitária;
- Qualidade da oferta do ensino presencial e implantação gradativa do ensino à distância;
- Bem-estar e satisfação da comunidade acadêmica;
- Qualidade da gestão acadêmica e administrativa;
- Compromisso social de inclusão;
- Processos de cooperação e parceria com o mundo do trabalho;

- Compromisso e relacionamento permanente com os egressos, incentivando a educação continuada.

De acordo com os documentos analisados, o projeto da FCSAC apresenta proposta pedagógica inovadora que expressa a organização e o pensar de uma Instituição de Ensino Superior comprometida com sua missão, voltada para a formação do profissional e do cidadão.

A cidade de Cascavel tem 300 mil habitantes e localiza-se na Região Oeste do Paraná. Sua economia destaca-se pelo agronegócio, indústria, comércio e prestação de serviços. O Oeste do Paraná, por sua vez, é composto por 51 municípios, com uma população estimada em 2,0 milhões de habitantes, com um PIB de 19,6 bilhões e 27.703 empresas constituídas, sendo que somente Cascavel responde por um PIB de 3,8 bilhões e 7.229 empresas de grande, médio e pequeno porte.

Preocupada com o processo de educação continuada para egressos, a FCSAC oferece cursos de Pós-Graduação Lato Sensu de iniciativa própria e em convênio com a FGV- Fundação Getulio Vargas e Instituto Brasileiro de Estudos e Pesquisas Socioeconômicos - INBRAPE. Já em convênio com a UFPR – Universidade Federal do Paraná, oferece o Mestrado Interinstitucional - MINTER, para qualificação do corpo docente. O IGC – Índice Geral de Cursos da Faculdade foi 227, conceito 3 e CI (Conceito Institucional) 4.

Atualmente estão em pleno funcionamento os cursos de:

- **BACHARELADO:**

- 01) Administração, renovação de reconhecido pela portaria nº. 303, de 02/08/2011;
- 02) Ciências Contábeis, renovação de reconhecido pela portaria nº. 412, de 11/10/2011;
- 03) Comunicação Social – com habilitação em Jornalismo, reconhecido pela portaria nº. 2073, de 09/07/2004;
- 04) Direito, reconhecido pela portaria nº. 2693, de 29/07/2005;

• **LICENCIATURA:**

- 05) Artes - Licenciatura, autorizado pela portaria nº. 1619 de 13/11/2009;
- 06) Pedagogia – Licenciatura, autorizado pela portaria nº 245 de 05/07/2011.

• **TECNOLOGIA:**

- 07) CST em Análise e Desenvolvimento de Sistemas, renovação de reconhecimento pela portaria nº184, de 26/11/2010;
- 08) CST em Gastronomia, autorizado pela portaria nº. 123 de 17/08/2010;
- 09) CST em Gestão Ambiental, Reconhecido pela portaria nº. 39, de 19/04/2012;
- 10) CST em Gestão Comercial, reconhecido pela portaria nº. 320, de 09/07/2008;
- 11) CST em Gestão de Recursos Humanos, autorizado pela portaria nº323, de 27/04/2007;
- 12) CST em Gestão Financeira, reconhecido pela portaria nº. 488, de 20/12/2011;
- 13) CST em Logística, reconhecido pela portaria nº. 12, de 02/03/2012;
- 14) CST em Processos Gerenciais, autorizado pela portaria nº. 81 de 12/05/2010;

2.3 Contexto Educacional

A seguir, visualizamos a quantidade de alunos matriculados nos estabelecimentos estaduais no NRE e Particulares das cidades de Cascavel, Foz do Iguaçu, Toledo e Assis Chateaubriand:

Cascavel

ENSINO	Número de Alunos Matriculados
Ensino Fundamental Regular	38.806 alunos
Ensino Fundamental EJA	5.155 alunos
Ensino Médio Regular	18.067 alunos
Ensino Médio Profissionalizante	4.369 alunos
Ensino Médio EJA	2.703 alunos
TOTAL DE ALUNOS	71.100 alunos

Foz do Iguaçu

ENSINO	Número de Alunos Matriculados
Ensino Fundamental Regular	39.000 alunos
Ensino Fundamental EJA	1.955 alunos
Ensino Médio Regular	25.047 alunos
Ensino Médio Profissionalizante –	5.340 alunos
Ensino Médio EJA –	1.780 alunos
TOTAL DE ALUNOS	73.122 alunos

Toledo

ENSINO	Número de Alunos Matriculados
Ensino Fundamental Regular	23.525 alunos
Ensino Fundamental EJA	1.200 alunos
Ensino Médio Regular	19.842 alunos
Ensino Médio Profissionalizante	1.300 alunos
Ensino Médio EJA	846 alunos
TOTAL DE ALUNOS	46.713 alunos

Assis Chateaubriand

ENSINO	Número de Alunos Matriculados
Ensino Fundamental Regular	18.000 alunos
Ensino Fundamental EJA	940 alunos
Ensino Médio Regular	14.436 alunos
Ensino Médio Profissionalizante	1.100 alunos
Ensino Médio EJA	786 alunos
TOTAL DE ALUNOS	35.262 alunos

2.3.1 Contexto Socioeconômico

O extremo Oeste paranaense é a segunda região em formação de valor adicionado do Estado. Apresentou na última década uma transformação no seu perfil econômico, passando da diminuição do setor de manufatura para um aumento considerável do setor de serviços (principalmente o de alimentação), contribuindo, então, com 87% na formação da renda gerada pela região. A contribuição do setor de agronegócio, para o desenvolvimento das indústrias de óleos vegetais, rações, laticínios, embutidos de carne, frigoríficos suínos, aves e bovinos, entre outros, é muito grande e tem como base o sistema cooperativista.

As grandes cooperativas do Paraná estão na região Oeste. Destacamos as seguintes: Coodetec, Coopavel, Sudcoop, Cotriguaçu, Coopervinte, Copacol, Cotroeste, C. Vale; e empresas avícolas como: Lar, Diplomata e Globo Aves. Nos últimos dois anos, grandes empresas do ramo de alimentação (principalmente restaurantes), foram instaladas em Cascavel. Representando 47,15% do total de estabelecimentos comerciais de Cascavel, a falta de mão de obra no setor é tão grande que algumas destas empresas tiveram que buscar profissionais em São Paulo para capacitação e aperfeiçoamento, isso tem acontecido também com outros setores importantes. Fatos como estes são de conhecimento da sociedade em geral, uma vez que foram amplamente divulgados pela imprensa.

Cascavel é uma cidade com vocação para desempenhar o papel polarizador de centro dinâmico dessa extensa região de municípios em desenvolvimento. Sendo assim, tem cumprido, com fidelidade, essa destinação histórica, constituindo-se no principal núcleo populacional da Região e tem em seus limites, está localizada a sede da Associação dos Municípios do Oeste do Paraná – AMOP.

Devido ao seu destaque no cenário regional, Cascavel alcançou distinção no grupo, não havendo nenhum outro município com perfil semelhante. Tal fato, a fez merecer o carinhoso tratamento de “capital do oeste paranaense”.



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel

Av. Tito Muffato, 2317 – Bairro Santa Cruz

85806-080 – Cascavel – PR

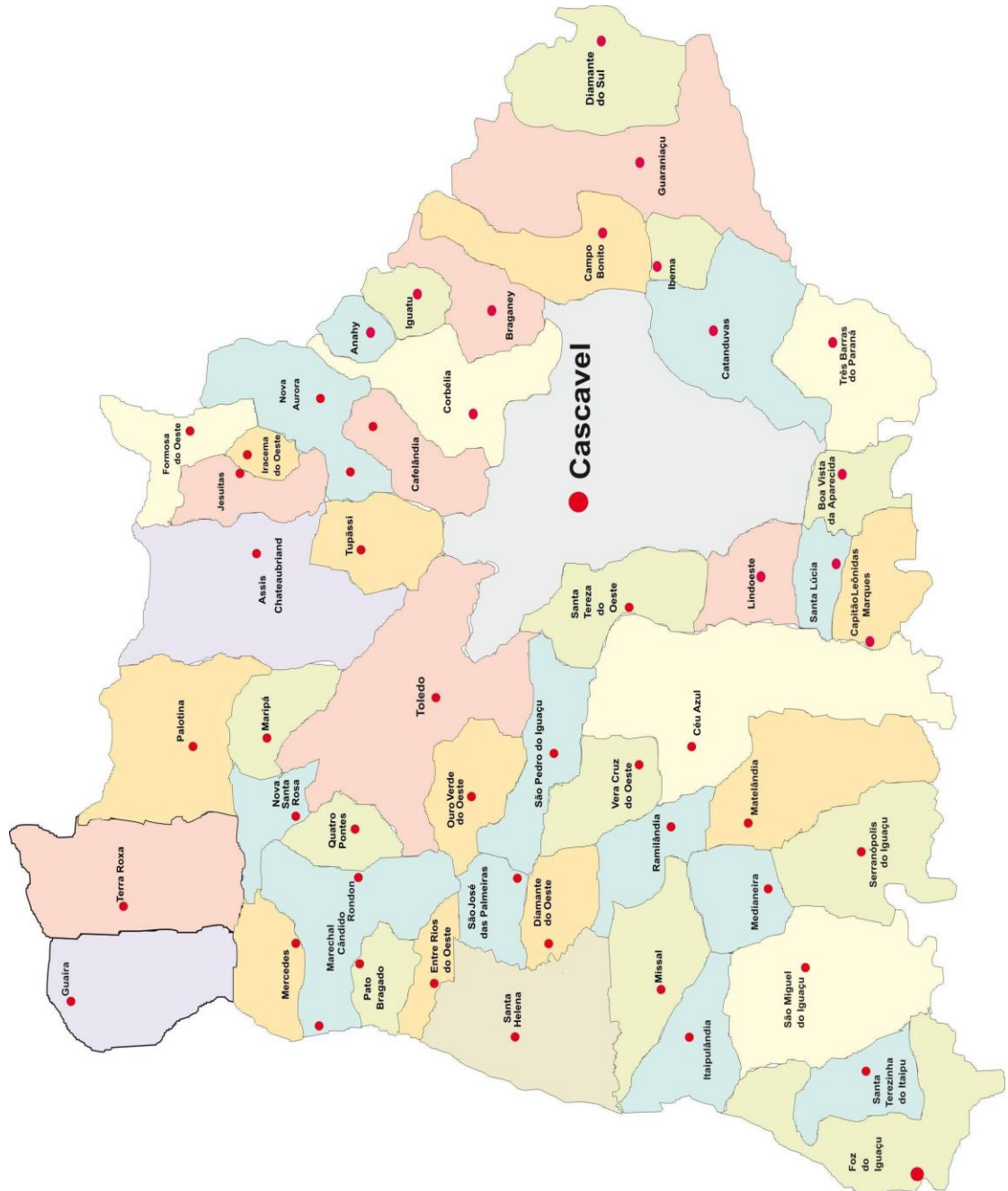
Fone: (45) 3036-3636 - Fax: (45) 3036-3638

<http://www.univel.br>

A cidade, que completará 60 anos em 14/12/2011, já alcançou, nesse pouco tempo de emancipação política, invejável nível de desenvolvimento Cascavel, o que a tornou líder na área da prestação de serviços. Assim, diversas indústrias a buscam para fixar domicílio. Além disso, possui importância nacional e internacional no campo do agronegócio.

No mapa a seguir, podemos visualizar os municípios que compõem a Região Oeste do Paraná:

MUNICÍPIOS QUE COMPÕEM A REGIÃO OESTE DO PARANÁ:



3 PARTICIPAÇÃO DO CORPO DOCENTE NAS ATIVIDADES DE DIREÇÃO DA INSTITUIÇÃO MANTIDA

O Conselho de Administração Superior (CAS), órgão consultivo, deliberativo, de coordenação didático-pedagógica dos cursos e de assessoria à Diretoria, compete atuar em atividades didáticas, pedagógicas, culturais, de extensão e curriculares dos cursos de graduação.

O Conselho de Administração Superior (CAS), presidido pelo Diretor Geral da Faculdade compõe-se:

Pelo Diretor Geral, presidente;

Pelo Diretor Administrativo, vice-presidente;

Pelo Diretor de Desenvolvimento;

Por 08 (oito) representantes docentes, com no mínimo 02 (dois) anos de trabalho na Instituição, indicado pelos coordenadores de curso dentre seus pares;

Pelo representante discente;

Pelo Secretário Geral, como secretário de órgão.

Compete ao Conselho de Administração Superior:

- Zelar pelos objetivos institucionais da Faculdade;
- Elaborar e aprovar, nos termos de legislação, as normas acadêmicas que regerão as atividades de ensino, pesquisa e extensão;
- Regulamentar, através de Resoluções, os atos normativos internos e os decorrentes das competências regimentais;
- Propor à Entidade Mantenedora o planejamento global da Faculdade e o anteprojeto de orçamento para o ano seguinte;
- Exercer o poder disciplinar e aprovar, em grau de recurso, os processos que lhe forem encaminhados pela presidência;
- Aprovar a criação, modificação e extinção dos cursos de graduação, seus currículos plenos e suas vagas e programas de pós-graduação, por proposta da Diretoria Geral, decidindo as questões sobre a sua

aplicabilidade e de acordo com a aprovação dos órgãos competentes do Ministério da Educação;

- Aprovar o Calendário Geral das atividades acadêmicas;
- Aprovar as normas complementares à legislação sobre currículos, planos de cursos, programas e planos de ensino de disciplinas, matrículas, transferências, processo de ensino e aprendizagem, avaliação de desempenho escolar, aproveitamento de estudos, programas de pesquisa e extensão, regime de dependências e planos de estudos para alunos reprovados ou em processo de adaptação curricular, processo seletivo congênere, e de outros assuntos que se incluam no âmbito das suas demais competências;
- Aprovar os regulamentos dos órgãos internos e as alterações deste Regimento, ouvida a Entidade Mantenedora, no que couber;
- Apurar responsabilidade dos Diretores, Coordenadores e outros, quando por omissão ou tolerância, permitirem ou favorecerem o não cumprimento da legislação, deste Regimento, de regulamentos ou de outras normas internas complementares;
- Deliberar sobre providências destinadas a prevenir ou corrigir atos de indisciplina coletiva;
- Intervir, esgotadas as vias ordinárias, nos demais órgãos internos da Faculdade, avocando a si as atribuições a eles conferidas;
- Decretar o recesso parcial ou total das atividades escolares de cada curso, ou de todos;
- Interpretar o presente Regimento e resolver os casos omissos ou de extrema urgência, ouvindo o órgão interessado;
- Delegar competências aos demais órgãos internos da Faculdade para elaboração de normas, resolução ou regulamento necessário ao bom funcionamento da instituição;
- Exercer as demais atribuições que lhe estejam afetas pela sua natureza ou por delegação da Entidade Mantenedora.

1º A convocação do colegiado será feita por escrito, pelo seu Presidente, com antecedência mínima de 48 (quarenta e oito) horas, salvo em caso de força maior ou de calendário de reuniões previamente aprovado e para seu funcionamento é necessária à presença da maioria de seus membros.

2º A votação será secreta, quando se tratar de casos pessoais, ou quando o Conselho assim determinar, a requerimento de algum membro.

3º As decisões do colegiado serão tomadas por maioria simples dos presentes, exceto quando se tratar de alteração deste Regimento cuja maioria terá que ser de dois terços dos membros do colegiado, cabendo ao Presidente, além do voto de membro, o voto de desempate.

4º As deliberações de caráter normativo assumirão a forma de Resolução.

5º Ausente a 03 (três) reuniões consecutivas, sem causa justificativa a critério do Presidente do Conselho, o Conselheiro poderá ser afastado das suas funções e do seu respectivo cargo.

6º A ordem dos trabalhos das sessões será a seguinte:

- Leitura e aprovação da Ata da reunião anterior;
- Expediente da presidência;
- Ordem do dia.

7º Poderão ser deliberados e aprovados assuntos em regime de urgência, a critério da Presidência, desde que sejam incluídos na ordem do dia.

4 JUSTIFICATIVA DA OFERTA DO CURSO

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), existem no Brasil cerca de 3,5 milhões de empresas, das quais 98% são de micro e pequeno porte. Com base nos dados disponíveis da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE e Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho e Emprego (RAIS/MTE), é possível afirmar que as atividades típicas de micro e pequenas empresas mantêm cerca de 35 milhões de pessoas ocupadas em todo o país, o equivalente a 59% das Pessoas Ocupadas no Brasil, incluindo neste cálculo

Empregados nas MPEs, Empresários de Micro e Pequenas Empresas e os “Conta Própria” (indivíduo que possui seu próprio negócio mas não tem empregados). O número de MPEs industriais exportadoras se aproxima de 4.000 empresas, que exportam anualmente cerca de US\$ 800 milhões.

Quadro I - Participação das MPEs na Economia Brasileira

Variável	As MPEs no Brasil (em %)
Número de Empresas	98 %
Pessoal Ocupado	59%
Faturamento	28%
PIB	20%
Número de Empresas Exportadoras	29%
Valor das Exportações	1,7%

Fonte: Elaboração a partir de dados do IBGE, FUNCEX, PNAD e RAIS/MTE (1994, 1995 e 1996).

4.1 Aspectos Metodológicos

A presente pesquisa caracteriza-se por ser um levantamento de dados (survey), do tipo descritivo-quantitativa.

No presente estudo foram analisadas 609 empresas, dentro de um total de 1345, pertencentes ao cadastro de empresas da Associação de Micros e Pequenas Empresas de Cascavel (AMIC). A técnica utilizada para a composição da amostra foi a amostragem probabilística aleatória simples.

Os dados foram coletados mediante aplicação de questionários estruturados à amostra representativa das empresas afiliadas à AMIC, sendo analisados com a utilização de procedimentos estatísticos.

4.2 Apresentação dos Resultados

No Brasil, o critério de classificação mais utilizado é do Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas e Médias Empresas (Sebrae) que mensura o porte das empresas a partir do número de empregados, conforme mostra o Quadro 1.

Quadro 1 – Classificação das empresas segundo o número de empregados

PORTE	Empregados
<i>Microempresa</i>	No comércio e serviços até 09 empregados Na indústria até 19 empregados
Empresa de Pequeno Porte	No comércio e serviços de 10 a 49 empregados Na indústria de 20 a 99 empregados
Empresa de Médio Porte	No comércio e serviços de 50 a 99 empregados Na indústria de 100 a 499 empregados
Empresa de Grande Porte	No comércio e serviços mais de 99 empregados Na indústria mais de 499 empregados

Fonte: Sebrae, 2003

Já o Estatuto da Micro e Pequena Empresa - Lei Federal no. 9.841, de 05 de outubro de 1999, usa outro critério, considerando microempresa a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais); e a empresa de pequeno porte, aquela tiver receita bruta anual superior a R\$ 244.000,00 (duzentos e quarenta e quatro mil reais) e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00 (um milhão e duzentos mil reais).

No presente estudo, adotou-se o critério do Sebrae para a classificação das empresas quanto ao seu porte. A Tabela 1 apresenta a classificação das empresas afiliadas á ACIC quanto ao seu porte.

Tabela 1 - Distribuição do número de empresas, segundo o porte.

Porte	Nº Empresas	%
Micro	576	94,66
Pequena	33	5,44
Total	609	100

Fonte: dados da pesquisa

A Tabela 2 mostra a distribuição do número de empresas, classificadas de acordo com os setores de atividade.

Tabela 2 - Distribuição do número de empresas, segundo o setor de atividade.

Porte	Indústria		Comércio		Serviços		Total	
	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%	Nº Empresas	%
Micro	102	17,7	263	45,6	211	36,6	576	100
Pequena	7	19,7	12	36,2	14	44,1	33	100
Total	109	17,9	275	45,1	225	37,0	609	100

Fonte: dados da pesquisa

De acordo com os dados coletados na pesquisa, a indústria responde por 18% do total de empresas, o de comércio por 45% e o de serviços por 37%. Em relação às micro, o comércio detém a maior participação do mercado formal: 46% do total de empresas desse estrato empresarial. Nos pequenos empreendimentos, o setor de serviços apresenta a maior participação relativa, com cerca de 44% das organizações.

Na indústria, as micro e pequenas empresas respondem por 18,1% dos trabalhadores formais. No comércio, cerca de 45% dos postos de trabalho formais estão nas MPE. Em termos de serviços, as micro e pequenas empresas participam com 37,2%. A Tabela 3 apresenta a distribuição do número de trabalhadores nas micro e pequenas empresas formais, segundo o setor de atividade.

Tabela 3 - Distribuição de trabalhadores nas micro e pequenas empresas formais.

Escolaridade	Indústria		Comércio		Serviços		Total	
	Nº Func.	%	Nº Func.	%	Nº Func.	%	Nº Func.	%

1º incompleto	68	42,5	40	25,0	52	32,5	160	100
1º grau completo	137	53,3	82	31,9	38	14,8	257	100
2º grau incompleto	60	30,9	67	34,8	66	34,3	193	100
2º grau completo	298	25,8	480	41,5	378	32,7	1156	100
Superior incompleto	72	16,0	138	30,8	239	53,2	449	100
Superior completo	138	21,5	208	32,4	296	46,1	642	100
Especialização	132	37,4	126	35,7	95	26,9	353	100
Total	580	18,1	1435	44,7	1195	37,2	3210	100

Fonte: dados da pesquisa

Áreas de interesse das empresas quanto a formação profissional dos funcionários

Área de interesse	Indústria		Comércio		Serviços		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Comercial/Vendas	68	25,2	459	72,4	318	62,8	845	60
Recursos Humanos	58	21,7	103	16,3	63	12,5	224	16
Financeira/Custos	27	10,2	48	7,6	45	8,9	120	8,5
Informática	14	5,1	14	2,1	27	5,3	55	3,9
Produção/Operações	89	33,2	0	0,0	24	4,8	113	8
Outras	12	4,6	10	1,6	29	5,7	51	3,6
Total	268	100	634	100	506	100	1408	100

Fonte: dados da pesquisa

Conforme se pode observar, a 3ª área de maior interesse das empresas é a financeira/custos com um total de 8,5%% das indicações dos respondentes.

Considerando o grande percentual de micro e pequenas empresas na região, interesse destas empresas na área financeira/custos e o fato de não existir nenhum

curso na região desta natureza (área e formato do curso), justifica-se plenamente a implantação de um curso voltado para atender esta importante demanda das empresas.

5 ATUAÇÃO DO COLEGIADO DO CURSO

O colegiado possui como competência apreciar, mediante parecer, os planos de ensino, programas, bibliografias e ementas de cada disciplina, conforme as exigências do projeto pedagógico do curso, antes do início do período letivo, com a devida atualização, para aprovação do CEPE; sugerir medidas para aperfeiçoar o perfil profissional de cada curso, em função das características profissionais e sociais; planejar a distribuição eqüitativa, ao longo do período letivo, dos trabalhos escolares e serem exibidos dos alunos, nas várias disciplinas do curso, de acordo com o Calendário Escolar; sugerir e propor para o coordenador do curso, cursos extraordinários, seminários ou conferências julgadas necessárias ou úteis à formação profissional dos alunos; indicar ao seu coordenador, bibliografia específica necessária aos planos de ensino, em tempo hábil para constar do plano orçamentário; promover o entrosamento das matérias e/ou disciplinas de sua área com as demais, propiciando o bom andamento dos conteúdos programáticos; zelar pela execução das atividades e dos planos de ensino das disciplinas que o integram; propor medidas para o aperfeiçoamento do ensino, da pesquisa e da extensão; exercer as demais funções previstas neste Regimento ou que lhe sejam delegadas.

5.1 Núcleo Docente Estruturante – NDE

É o conjunto de professores, composto com pelo menos 5 docentes do curso, de qualquer formação e titulação, contratados em tempo integral ou parcial, que respondem mais diretamente pela concepção, implementação e consolidação do projeto pedagógico do curso, conforme resolução CONAES número 01, de 17 de junho de 2010.

O Núcleo Docente Estruturante se reúne uma vez por semestre para:

- avaliar a consolidação do perfil profissional do egresso do curso.

- zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo;
- 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;
- zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação.
- Análise dos conceitos do curso, internos e externos, principalmente os resultados do Exame Nacional de Desempenho do Estudante- Enade, para tomada de decisões.
- Atualizar periodicamente o projeto pedagógico do curso.
- Conduzir os trabalhos de reestruturação curricular, para aprovação no Colegiado de Curso, sempre que necessário.
- Promover a integração horizontal e vertical do curso, respeitando os eixos estabelecidos pelo projeto pedagógico.
- Auxiliar os coordenadores de curso na análise das propostas de pesquisa institucional apresentadas por docentes e alunos candidatos à iniciação científica.

5.2 Metodologia

Embora compreenda-se encaminhamentos gerais, a escolha específica das metodologias de ensino-aprendizagem é de responsabilidade de cada professor. Cabendo, portanto, ao professor escolher as estratégias de ensino-aprendizagem mais adequadas aos conteúdos a serem desenvolvidos. Cabe a cada professor, também buscar fazer com que suas estratégias de ensino-aprendizagem e de avaliação sejam, por si só, formas de desenvolvimento dos alunos. Para tanto, requer-se-ão dos professores:

- Foco nos objetivos do curso e no perfil desejado do egresso e nas competências relacionadas;

- Foco nos objetivos da disciplina;
- Visão sistêmica (capacidade de ver a importância de sua disciplina, no conjunto das disciplinas do curso e a importância destas para os objetivos do curso e para realização do perfil desejado do egresso);
- Trabalho em equipe;
- Liderança (da classe) pela competência e pelo exemplo;
- Atualização;
- Atratividade das aulas com foco na otimização do aprendizado dos alunos.

5.3 Portaria 4.059 de 10 de dezembro de 2004 – 20% em EAD

Considerando a necessidade de acompanhar a tendência para a flexibilização da organização curricular a Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel insere ao Projeto Pedagógico do Curso as atividades de Educação a Distância – EAD, normatizada pela Portaria Ministerial número 4.059, de 10 de dezembro de 2004, que prevê e autoriza a inclusão de disciplinas não presenciais em cursos superiores a distância, mantendo a fração de 20% do total do curso.

Desta forma o Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, inclui em sua organização curricular a Educação a Distância, respeitando os 20% da carga horária do curso para esta finalidade, conforme ata 001/2007, de 21 de março de 2007, do Conselho de Administração Superior – CAS. As disciplinas terão a docência e tutoria dos professores do curso e serão ministradas na plataforma Moodle, além do material impresso disponibilizado para cada aluno.

5.4 Ações decorrentes dos processos de avaliação do curso

O processo de avaliação da qualidade do CST em Gestão Comercial da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel – UNIVEL há de ser realizado de forma permanente pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) e colegiado do curso. Essa avaliação necessitará de inserção no processo de Avaliação Institucional desenvolvido

pelo Sistema Nacional de Avaliação Nacional da Educação Superior – SINAES, tanto no que diz respeito à sua auto-avaliação, como na avaliação do curso. Nesse contexto, tal prática estender-se-á ao projeto pedagógico, oferecendo subsídios para a tomada de decisões, possíveis ajustes e correções, compreendendo as fragilidades identificadas no decorrer do curso. Esta avaliação deverá, portanto, cumprir:

- a)- Função Pedagógica: para comprovar o cumprimento dos objetivos e das habilidades e competências do curso;
- b)- Função Diagnóstica: para identificar os progressos e as dificuldades dos professores e dos alunos durante o desenvolvimento do curso;
- c)- Função de Controle: para introduzir, em tempo hábil, os ajustes e correções necessárias a melhoria do Curso.

Trata-se de um processo avaliativo de natureza preventiva e de caráter cumulativo, cabendo ao coordenador do curso, colegiado do curso e Núcleo de Docente Estruturante (NDE), a coordenação dessa atividade. Em conformidade com a concepção de avaliação do SINAES, na avaliação do projeto deverão ser utilizados procedimentos geradores de dados quantitativos e qualitativos, de forma a garantir uma análise global da execução do Projeto Pedagógico e do desenvolvimento do curso.

5.5 Atuação do Coordenador

O coordenador do curso tem consciência de que não deve atuar somente como gestor de recursos e articulador, mas também como gestor de potencialidades e oportunidades internas e externas. Portanto, ele é o primeiro a favorecer e implementar mudanças que aumentem a qualidade do aprendizado contínuo pelo fortalecimento da crítica e da criatividade de todas as pessoas envolvidas no processo, ou seja, alunos, docentes, funcionários, corpo administrativo, corpo financeiro, entre outros.

Cabe a ele, também, incentivar a produção de conhecimentos, nesse cenário global de intensas mudanças e incentivar a comunidade acadêmica à implementação de ações solidárias que concretizem valores de responsabilidade social, justiça e ética. Do coordenador espera-se o desenvolvimento de várias atividades capazes de articular todos os setores e fortalecer a coalizão do trabalho em conjunto, para incrementar a

qualidade, legitimidade e competitividade do curso, tornando-o um centro de eficiência, eficácia e efetividade rumo à busca da excelência.

De acordo com o Regimento, cabe ao coordenador, como presidente do Colegiado do curso: participar, com direito a voz e voto, das reuniões; representar o Colegiado junto à Direção; executar e fazer executar as decisões aplicáveis ao Colegiado; orientar, coordenar e fiscalizar todas as atividades de ensino e extensão, no âmbito do Colegiado; cooperar com os demais Colegiados de Curso da Faculdade na organização, orientação e fiscalização das atividades de ensino e extensão de interesse comum; exercer, no âmbito do Colegiado, a ação disciplinar; Exercer as demais atribuições que lhe sejam próprias.

6 CONCEPÇÃO DO CURSO

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, da Univel contemplará a formação de um profissional apto a desenvolver, de forma plena e inovadora, atividades em determinadas áreas profissionais, e terão formação específica para: desenvolvimento de capacidade empreendedora; planejamento estratégico comercial; na gestão de vendas; nas estratégias de custos, preços, compras e estoques; na gestão da produção e no planejamento tributário das empresas; no comércio internacional e propondo todas estas ações dentro da empresa com qualidade e produtividade.

7 OBJETIVOS DO CURSO

O curso gestão de comercial tem por finalidade tanto qualificar os profissionais que já atuam na área comercial, quanto formar novos profissionais qualificados para atuação no mercado de trabalho.

Para os profissionais que já atuam na área comercial, o curso tem por objetivo proporcionar uma perspectiva mais analítica quanto ao alcance de suas funções, levando a um desempenho superior, e permitindo a ascensão destes profissionais.

Para a formação de novos profissionais, o curso objetiva proporcionar formação sólida e prática na gestão comercial.

Considerando o Cadastro Brasileiro de Ocupações (CBO) do Ministério do Trabalho e Emprego, o curso pretende atender as seguintes necessidades de cada uma das ocupações abaixo:

- a) Diretores de comercialização e marketing: incluindo Diretor Comercial e Diretor de Marketing;
- b) Gerentes de comercialização, marketing e comunicação: incluindo gerente comercial e gerente de vendas;
- c) Agente de vendas: incluindo agenciador de propaganda, agente de vendas de produtos e serviços, promotor de vendas, agente de atendimento de vendas e vendedor praticista.
- d) Representantes comerciais.

8 PERFIL DO EGRESSO

O profissional formado no Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial deverá possuir competência para:

- a) Atuar de forma criativa em qualquer área de aplicação da gestão comercial;
- b) Elaborar um planejamento de vendas para empresas de quaisquer setores a partir do entendimento do comportamento do consumidor;
- c) Atuar na gestão de vendas, de modo a contribuir na busca de soluções, utilizando-se de forma inovadora e independente os seus conhecimentos;
- d) Alavancar micro e pequenas empresas a partir da gestão comercial;
- e) Tomar decisões em vendas considerando o cenário econômico e os aspectos legais envolvidos;
- f) Formar e liderar equipes de vendas de alta qualidade e produtividade com conhecimentos em marketing pessoal;
- g) Negociar de forma produtiva de modo a alcançar os objetivos do processo de vendas;

- h) Articular e combinar decisões de gestão de serviços, custos, preços, tecnologia de informação, gestão de compras e estoques, promoção de vendas e pós-vendas.

8.1 Estágio extracurricular (não obrigatório)

Entendendo ser o estágio um procedimento didático-pedagógico que oportuniza ao aluno o exercício prático, o aperfeiçoamento técnico-cultural, científico e de relacionamento humano, integrando o estudante no mundo do trabalho, oportuniza também aos alunos a possibilidade de participar de estágio extracurricular não obrigatório. Desta forma, a Faculdade mantém convênio com empresas especializadas na incorporação de alunos em estágios remunerados, não curriculares em empresas diversas. São condições para estágio não curricular: a) estar regularmente matriculado; b) ter frequência regular; c) compatibilização das atividades do estágio com o curso. O estágio não curricular pode ser cancelado pela empresa pelos seguintes motivos: a) reprovação na série; b) desistência ou transferência do aluno; c) trancamento ou cancelamento da matrícula; d) abandono de curso; término das atividades propostas para o estágio; f) conclusão do curso.

9 ATIVIDADES COMPLEMENTARES

As atividades complementares foram incorporadas neste projeto pedagógico para permitir uma formação mais ampla, completa e diversificada do graduando no curso de Tecnologia. Assim, o curso poderá promover eventos e/ou atividades acadêmicas que serão aproveitados pelo aluno, em forma de créditos, para complementação do seu currículo. Estas atividades, que correspondem a 5% da carga horária total do curso, poderão ser trabalhos de extensão, palestras, seminários, congressos e conferências, voluntariado, monitoria e até mesmo disciplinas não previstas no currículo pleno. A coordenação do curso fica encarregada de controlar e registrar as atividades desenvolvidas pelos acadêmicos.

10 AVALIAÇÃO

A avaliação da aprendizagem e do desempenho escolar é feita por disciplina, incidindo sobre a frequência e o aproveitamento das atividades e dos conteúdos ministrados em cada uma delas. Independentemente dos demais resultados obtidos, é considerado reprovado na disciplina o aluno que não tenha obtido frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) das aulas e demais atividades programadas, após as avaliações regulares e término de ano letivo. O aproveitamento escolar é avaliado através do acompanhamento contínuo do aluno e dos resultados por ele obtido nas provas escritas e trabalhos de avaliação de conhecimento, nos exercícios de classe ou domiciliares, nas outras atividades escolares e provas parciais. A cada verificação de aproveitamento é atribuída uma nota expressa em grau numérico de ZERO a DEZ, com variação de apenas uma casa decimal, qualquer que sejam os décimos encontrados. A nota bimestral será atribuída, obrigatoriamente, uma vez por bimestre e constará da média das provas parciais, argüições e trabalhos realizados pelo aluno, na respectiva disciplina. Atendida a exigência do mínimo de 75% (setenta e cinco por cento) de frequência obrigatória às aulas e demais atividades programadas, o aluno é considerado aprovado na disciplina quando obtiver média final igual ou superior a 7,0 (sete inteiros), sendo dispensado do exame final. A média após o exame final, será obtida através da média aritmética simples, ou seja, média final anual, mais a nota do exame final, dividido por 02(dois), considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 6.0 (seis), após exame final. Os alunos reprovados em 03 (três) ou mais disciplinas, matriculam-se na mesma série em que estavam para cursar essas disciplinas, podendo entretanto, cursar outras, da série subsequente, em função de um Plano de Estudos definido por norma do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão, ficando dispensados de cursar aquelas em que já obtiveram aprovação.

10.1 Avaliação do Projeto do Curso

O processo de avaliação da qualidade do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial da Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel – UNIVEL há de ser realizado de forma permanente pelo Núcleo Docente Estruturante (NDE) e colegiado do curso. Essa avaliação necessitará de inserção no processo de avaliação Institucional desenvolvido pelo Sistema Nacional de Avaliação Nacional da Educação Superior – SINAES, tanto no que diz respeito à sua auto-avaliação, como na avaliação do curso. Nesse contexto, tal prática avaliativa estender-se-á ao projeto pedagógico, oferecendo subsídios para a tomada de decisões, possíveis ajustes e correções, compreendendo as fragilidades identificadas no decorrer do curso. Esta avaliação deverá, portanto, cumprir:

- a)- Função Pedagógica: para comprovar o cumprimento dos objetivos e das habilidades e competências do curso;
- b)- Função Diagnóstica: para identificar os progressos e as dificuldades dos professores e dos alunos durante o desenvolvimento do curso;
- c)– Função de Controle: para introduzir, em tempo hábil, os ajustes e correções necessárias a melhoria do Curso.

Trata-se de um processo avaliativo de natureza preventiva e de caráter cumulativo, cabendo ao coordenador do curso, colegiado do curso e Núcleo de Docente Estruturante (NDE), a coordenação dessa atividade. Em conformidade com a concepção de avaliação do SINAES, na avaliação do projeto deverão ser utilizados procedimentos geradores de dados quantitativos e qualitativos, de forma a garantir uma análise global da execução do Projeto Pedagógico e do desenvolvimento do curso.

Para garantir o sucesso deste processo a instituição conta também com o trabalho dinâmico da Comissão de Avaliação Própria - CPA, nomeada conforme portaria 12/2008 com a seguinte composição:

Coordenador Prof. Edson Luiz Reginaldo;

Vice-Coordenador: Tiago Francisco Buosi – Gestor TADS

Dos Técnicos Administrativo: Vera Lucia Paulin e Caroline de Cássia Fco. Buosi

Dos Coordenadores de Curso: Prof. Lucio Scheuer e Cezar Roberto Versa

Dos Docentes: Prof. Sérgio Brum e Elizabet Leal da Silva



Dos discentes: Pedro Maria Martendal de Araujo e Taynah Francyni Tiem

Dos egressos: Rosani Shnell e Nilson dos Santos Dias

Da sociedade Civil: Waldomiro Kluska

11 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – Plano de Negócios

O Trabalho de Conclusão de Curso consistirá no desenvolvimento de um plano de negócios de uma Empresa, tendo por objetivo geral, proporcionar aos alunos condições de colocar em prática as diversas ferramentas gerenciais concernentes à função de gestor comercial, a partir do desenvolvimento das principais etapas referentes ao contexto das atividades comerciais. Para tanto, a fundamentação necessária para fornecer subsídios para o desenvolvimento do mesmo, será trabalhada na disciplina de planejamento estratégico comercial que será ministrada no segundo ano letivo, ou seja, a partir da fundamentação teórica discutida em sala de aula os acadêmicos passarão a desenvolver o referido trabalho.

12 COMPOSIÇÃO DA MATRIZ CURRICULAR

12.1 Horas/Aula

Primeiro Ano

Administração	172
Direito Comercial	86
Economia de Empresas	86
Formação e Gerenciamento de Equipes	86
Serviços e Operações	86
Marketing	86
Gestão de Compras e Estoque	86
Pesquisa de Mercado	86
Promoção de Vendas e Pós-Vendas	86
TOTAL DO ANO	860

Certificação: Assistente Comercial

Segundo Ano

Gestão da Produção	86
Gestão da Tecnologia da Informação	86
Comportamento do Consumidor	86
Comércio Internacional	86
Estratégias de Custos e Preços	86
Gestão Tributária	86
Análise Financeira	86
Planejamento Estratégico Comercial	86
Jogos de Empresas	86
Qualidade e Produtividade	86
Projetos Experimentais	115
TOTAL DO ANO	975

SUBTOTAL DE CARGA HORÁRIA DO CURSO	1.835
Plano de Negócios	92
Atividades Complementares (5%)	92
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	2.019
Disciplina Optativa	
LIBRAS – LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS	86

Diplomação: Tecnólogo em Gestão Comercial

12.2 Hora/Relógio

Primeiro Ano

Administração	150
Direito Comercial	75
Economia de Empresas	75
Formação e Gerenciamento de Equipes	75
Serviços e Operações	75
Marketing	75
Gestão de Compras e Estoque	75
Pesquisa de Mercado	75
Promoção de Vendas e Pós-Vendas	75
TOTAL DO ANO	750

Certificação: Assistente Comercial

Segundo Ano

Gestão da Produção	75
Gestão da Tecnologia da Informação	75
Comportamento do Consumidor	75
Comércio Internacional	75
Estratégias de Custos e Preços	75
Gestão Tributária	75
Análise Financeira	75
Planejamento Estratégico Comercial	75
Jogos de Empresas	75
Qualidade e Produtividade	75
Projetos Experimentais	100
TOTAL DO ANO	850

SUBTOTAL DE CARGA HORÁRIA DO CURSO	1.600
Plano de Negócios	80
Atividades Complementares (5%)	80
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	1.760
Disciplina Optativa	
LIBRAS – LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS	75

Diplomação: Tecnólogo em Gestão Comercial

12.3 Projetos Integradores

Primeiro Ano

Conteúdo de Formação

Administração	172
Direito Comercial	86
Economia de Empresas	86
Formação e Gerenciamento de Equipes	86
Serviços e Operações	86
Marketing	86
Gestão de Compras e Estoque	86
Pesquisa de Mercado	86
Promoção de Vendas e Pós-Vendas	86
TOTAL DO ANO	860

Certificação: Assistente Comercial

Conteúdo de Formação Específica

Segundo Ano

Gestão da Produção	86
Gestão da Tecnologia da Informação	86
Comportamento do Consumidor	86
Comércio Internacional	86
Estratégias de Custos e Preços	86
Gestão Tributária	86
Análise Financeira	86
Planejamento Estratégico Comercial	86
Jogos de Empresas	86
Qualidade e Produtividade	86
Projetos Experimentais	115
TOTAL DO ANO	975

Sub Total Carga Horária do Curso	1.835
Plano de Negócios	92
Atividades Complementares – 5% da carga horária	92
CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO	2.019
Disciplina Optativa	
LIBRAS – LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS	86

Diplomação: Tecnólogo em Gestão Comercial

Integração a Prática Profissional

Em atendimento a Resolução Nº 3, de 02 de julho de 2007, o Projeto Pedagógico do Curso (PPC) de: Gestão Comercial atende a presente aos efeitos do Parecer CNE/CES nº 261/2006 e desta Resolução, conjugado com os termos do Parecer CNE/CES nº 8/2007 e Resolução CNE/CES nº 2/2007. A Matriz Curricular do referido curso foi pensada e elaborada por um colegiado de professores com titulação na área, obedecendo as determinações preconizadas pelos documentos citados, ou seja, a matriz curricular atende a hora/aula de 60 minutos, desta forma tanto o docente como o acadêmico terão mais tempo para o trabalho dos conteúdos.

Faz parte do projeto a matriz curricular em minutos praticada durante o curso que transformada em hora/relógio atende a carga horária mínima do curso. Exemplo a Disciplina de Promoção de Vendas e Pós Vendas: 2 horas/aula semanais x 43 semanas letivas/ano = 86 horas/aula x 52,5 minutos = 4.515 minutos dividido por 60 minutos = 75 horas/relógio. Além disso, por determinação do Decreto nº 5626, de 22/12/2007, foi inserido como disciplina obrigatória nos cursos - Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS.

13 EMENTAS

1º Ano

ADMINISTRAÇÃO

Bases históricas da administração. Evolução das Teorias da Administração. Os objetivos e as áreas da administração. O papel da gestão de vendas. Novas formas de gestão de empresas. Ética nas vendas.

Bibliografia Básica

LODI, J. B. **História da administração**. São Paulo: Pioneira. 2003.

JAMES A. F. STONER R. EDWARD F. Administração. **2004**.

FUTRELL, C. M. **Fundamentos e novas práticas de gestão**. São Paulo: Saraiva, 2003.

Bibliografia Complementar

CHIAVENATO, I. **Administração: Teoria, Processo e Prática**. São Paulo: Makron Books, 2004.

COBRA, M. **Administração de Marketing**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

ROBBINS, S. P. **Administração: Mudanças e Perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2006

MOTTA, F. C. P; VASCONCELOS, I. **Teoria geral da Administração**. São Paulo: Pioneira, 2005

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 6ª. Ed. 2010.

DIREITO COMERCIAL

Noções Gerais de Direito. Tipos de Sociedades: Simples, por Quotas de Responsabilidade Limitada, Anônima. Falência. Títulos de Crédito. Contratos. Direitos básicos do consumidor; das práticas comerciais; da proteção contratual; dos contratos de adesão; da defesa do consumidor.

Bibliografia Básica

REQUIÃO, R. **Curso de Direito Comercial**, 1ª edição, São Paulo, Editora Saraiva.

BITTAR, C. A., **Direito do Consumidor: Código de Defesa do Consumidor**, 1ª Edição, Rio de Janeiro, Editora Forense.

SABBAG, E. M. **Direito Tributário**. 11 ed., São Paulo, Editora Revista dos Tribunais, 2009 (Elementos dos Direito, v. 3).

Bibliografia Complementar

LISBOA, R. S. **Manual de Direito Civil**. Vol. I. Tória Geral do Direito Civil, 3ª Edição, São Paulo, Editora RT.

BULGARELLI, W. **Títulos de crédito**. 13 ed., São Paulo, Editora Atlas.

COELHO, F. U. **Manual do Direito Comercial**, 14ª Edição, São Paulo, Editora Saraiva, 2009.

MASSAFERA, L.B. **Curso básico de direito empresarial**. Bauru: Edipro.

JUNIOR, T. S. F. **Introdução ao Estudo do Direito**, 5ª Edição, São Paulo, editora Atlas, 2004.

ECONOMIA DE EMPRESAS

Oferta e Demanda. Estruturas de mercado e determinação de preços. O Sistema econômico. A globalização da economia e seus impactos nas empresas. Os blocos econômicos e a inserção do Brasil na economia internacional. Impactos da economia no crédito.

Bibliografia Básica

TROSTER, R. L. **Introdução à Economia**, 3. ed. - São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2002.

GREMAUD, A. P...[et al].;Organizadores Diva Benevides Pinho, Marco Antonio Sandoval de Vascoellos. **Manual de Economia – Equipe de Professores da USP**, 5. Ed. - São Paulo: Sairaiva, 2004.

ROSSETTI, J. P. **Introdução à Economia**, 20. Ed. - São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar

MCGUIGAN, J. R. **Economia de Empresas: aplicações, estratégias e táticas**; tradução Roberto Galman, revisão técnica Gilberto Myamoto – São Paulo: Cengage Learning, 2008.

PINDYCK, R. S. **Microeconomia**, tradução Eleutério Prado, Thelma Guimarães 6. Ed – São Paulo:Pearson Prentice Hall, 2005.

PIRES, M. C. **Economia para administradores**/ Marcos Cordeiro Pires, Sérgio Antônio dos Santos: Jayr Figueiredo de Oliveira (org.). 1. Ed. - São Paulo: Saraiva 2005.

VASCONCELLOS, M. A. S. **Fundamentos de Economia**, 3. Ed. – São Paulo: Saraiva 2008.

VARIAN, H. R., **Microeconomia: conceitos básicos**, tradução Maria José Cyhlar Monteiro e Ricardo Doninelli, 7. Ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

MARKETING

Conceitos básicos de marketing. Evolução das filosofias de Marketing. O papel e o Propósito do Marketing. O micro e o macroambiente de marketing. Subsistemas de marketing. O Processo de marketing e vendas: pesquisa de marketing, análise da demanda, segmentação de mercado, posicionamento mercadológico. Marketing Pessoal, elaboração de um plano de marketing pessoal adequado à complexidade do mercado e às novas exigências da sociedade.

Bibliografia Básica

COBRA, M. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Cobra Editora de Marketing, 2003.

DIAS, S. R. **Gestão de marketing**. São Paulo - Saraiva, 2006.

KOTLER, P. ARMSTRONG, G.. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

Bibliografia Complementar

KOTLER, P. ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 9. ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2003.

HOOLEY, G. J. ; SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. São Paulo : Prentice Hall, 2001

KOTLER, P. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de serviços**. São Paulo: Atlas, 2000.

SERVIÇOS E OPERAÇÕES

Posicionamento e reposicionamento de serviços. Desenvolvimento dos serviços. Gerenciamento dos serviços aos clientes. Atendimento ao cliente. Serviço ao cliente.

Bibliografia Básica

GIANESI, Irineu G. N. **Administração Estratégica de Serviços**. São Paulo: Atlas. 2006.

FITZSIMMONS, A. James; FITZSIMMONS Mona. **Administração de Serviços**. Porto Alegre: Bookmann, 2008.

BATESON, J. E. G.; HOFFMANN, K. D. **Marketing de serviços**. Porto Alegre. Bookmann. 2005.

Bibliografia Complementar

GRONROOS. C. Marketing: **Gerenciamento e Serviços**. Rio de Janeiro: Campus. 2004

COURTIS, J. **Marketing de Serviços**. São Paulo. Nobel. 2005

LAS CASAS, A. L. **Marketing de Serviços**. São Paulo. Atlas. 2007

HART, C. W. L. et al. **Serviços revolucionários**: mudando as regras do jogo competitivo na prestação de serviços. São Paulo: Pioneira, 1994.

CARVALHO JUNIOR, J. M. FENSTERSEIFER, J. E.; PAIVA, E. L.; **Estratégia de Produção e de Operações**: conceitos, melhores práticas e visão de futuro. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FORMAÇÃO E GERENCIAMENTO DE EQUIPES

Conceitos de liderança. Liderança, poder e aprendizagem. Grupos. Gerência de equipes. Motivação de pessoal. Administração da força de vendas. Recrutamento e seleção de vendedores. Treinamento em vendas. Administração do tempo. Fatores que afetam o moral da força de vendas. Administração do território de vendas. Tamanho da força de vendas. Desenvolvimento da força de vendas.

Bibliografia Básica

LACOMBE, F. **Recursos Humanos** – Princípios e Tendências. Saraiva: São Paulo. 2005

ROBBINS, S.P. **Comportamento Organizacional**. PHB: Rio de Janeiro. 1998.

STANTON, W.J.; SPIRO, R. **Administração de Vendas**. LTC: Rio de Janeiro. 10 ed. 2000.

Bibliografia Complementar

BOWDITCH, J. L.; **Elementos de Comportamento Organizacional**. Ed. Pioneira: São Paulo. 1992.

DONNELLON, A. **Liderança de Equipes**, Rio de Janeiro, Editora Campus, 1ª Ed. 2006

FUTRELL, C. M. **Vendas: Fundamentos e Novas Práticas de Gestão**. Saraiva: São Paulo. 2003.

GOBE, A. C.(et al) ; **Administração de Vendas**. Saraiva: São Paulo. 2007.

LAS CASAS, A. L. **Administração de Vendas**. Atlas: São Paulo - 5ed. 1999.

GESTÃO DE COMPRAS E ESTOQUE

Conceitos básicos de logística e gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. A logística do *Just-in-Time*. Gestão de compras e suprimentos. Uso da tecnologia de informação para dinamização do processo de compras e gestão de estoques. Sistemas de avaliação de estoques. Desenvolvimento de fornecedores. Gestão de estoques. Previsão de estoques. Níveis de estoques. Análise ABC dos estoques. Armazenamento de materiais. Transporte e distribuição física.

Bibliografia Básica

BERTAGLIA, P. R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. 2ª Edição. São Paulo: Saraiva 2009.

BOWERSOX, D. J. & CLOSS, D. J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2001.

DIAS, M. A. P. **Administração de Materiais: princípios, conceitos e gestão**. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia Complementar

ALVARENGA, A.C. & NOVAES, A. G. **Logística aplicada: suprimento e distribuição física**. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimento: planejamento, organização e logística empresarial**. 4ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CHRISTOPHER, M. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. São Paulo: Pioneira, 1997.

MARTINS, P.G.; ALT, P.R. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. São Paulo: Saraiva 2000.

NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da Cadeia de Distribuição: estratégia, operação e avaliação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

PESQUISA DE MERCADO

O processo de pesquisa. Tipos e métodos de pesquisa. Tipos, fontes e formas de coleta de dados. Medidas e escalas. Instrumentos de coleta de dados. Amostragem. Métodos de análise de dados. Conclusão e apresentação dos resultados.

Bibliografia Básica

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada.** 3ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MATTAR, F.N. **Pesquisa de Marketing: Metodologia e Planejamento.** São Paulo: Ática, 1997;

KOTLER, P. **Administração de Marketing:** a Edição do novo milênio. 10ª Edição. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

Bibliografia Complementar

MATTAR, F.N. **Pesquisa de Marketing: Metodologia e Planejamento.** 4ª Edição. São Paulo: Ática, 1997;

KOTLHER, P. e ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing.** São Paulo: Pearson, 2006;

HOOLEY, G.; PIERCY, N. F. e NICOULAUD, B.; **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo.** 4ª Edição. São Paulo: Pearson, 2010;

KOTLHER, P. e KELLER, K. L. **Administração de Marketing. A bíblia do Marketing.** 12ª Edição. São Paulo: Pearson, 2009.

KOTLHER, P. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle.** 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 1998.

PROMOÇÃO DE VENDAS E PÓS VENDAS

Promoção integrada de marketing. Processo de promoção de vendas. Relações públicas. Planejamento da promoção de vendas. Tendências em promoção de vendas. *Merchandising*. Relacionamento com o cliente. Sistema de atendimento ao cliente. Gestão da reclamação. Estratégias de recuperação de clientes. Marketing de relacionamento. Serviço de pós-vendas.

Bibliografia Básica

FERRACCIÚ, J.S.S. **Promoção de Vendas: Na teoria e na prática**. São Paulo: M. Books; 2002.

OGDEN, J. **Comunicação integrada de marketing**. São Paulo: Prentice Hall do Brasil; 2002.

SHIMP, T. **Propaganda e promoção: Aspectos complementares da comunicação integrada de marketing**. Porto Alegre: M. Books; 2002.

Bibliografia Complementar

COSTA, R. C. CRESCITELLI, E. – **Marketing Promocional para mercados competitivos: Planejamento, Implementação e Controle** – São Paulo: Atlas; 2003.

KOTLER, P. – **Administração de marketing** – 12 ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

Periódicos: HSM Management.

EXAME. Editora Abril.

VEJA. Editora Abril.

2º Ano

GESTÃO DA PRODUÇÃO

Introdução aos principais conceitos e técnicas da gestão de produção, decisões estratégicas, decisões operacionais e decisões quanto ao controle. Os mais recentes avanços, como a robótica, células de manufatura e sistemas flexíveis de manufatura.

Bibliografia Básica

CORREA, H. L e CORREA, C. A. **Administração de Produção e de Operações**. Ed. Atlas. São Paulo. 2008.

GURGEL, F. A. **Administração do Produto**. Ed. Atlas, São Paulo. 2º Ed.2001.

MILAN, G. S. e PRETTO, M. R. **Gestão Estratégica da Produção**. Ed. Educs. Caxias do Sul. 2006

Bibliografia Complementar

CORREA, H. L. e GIANESI, I. G. N. e CAON, M. **Planejamento, Programação e Controle da Produção**. Ed. Atlas. São Paulo. 2001

SLACK, N. **Administração da Produção**. Ed. Atlas. São Paulo. 2ºEd. 2009.

MOREIRA, D. A. **Administração da Produção e Operações**. Ed. Pioneira. 3º Ed.São Paulo.1998.

AQUILANO, N. J. et al. **Fundamentos da administração da produção**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CHAMBERS, S. et al. **Administração da produção**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

O que são dados e informações: sistemas de informação administrativos; sistema de informação gerencial como instrumento de gestão; planejamento da informação na empresa; organização das informações nas organizações; executivo e os sistemas de informação; os sistemas de informação na internet; os sistemas de informação de ERP, CRM e EIS; Sistema de troca eletrônica de dados e documentos.

Bibliografia Básica

BATISTA, E. de O. **Sistemas de Informação. O uso consciente da tecnologia para o gerenciamento.** 1ª Edição. São Paulo: Saraiva 2004.

KALAKOTA, R. **M-Business: tecnologia móvel e estratégia de negócios.** Porto Alegre: Bookman, 2002.

SILVA, J. P. **Análise Financeira das Empresas.** 8ª Edição. São Paulo: Atlas, 2006.

Bibliografia Complementar

PADOVEZE, C. L. **Sistemas de Informações Contábeis.** 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 2004.

OLIVEIRA, D.P.R. **Sistemas de Informações Gerenciais.** 12ª Edição. São Paulo: Atlas, 2008.

NETO, A. A. **Estrutura e Análise de Balanços.** 7ª Edição. São Paulo: Atlas, 2002.

LAUDON, K. C. LAUDON, J. P. **Sistemas de Informação Gerenciais.** 7ª Edição, São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2007.

CRUZ, T., **Sistemas de Informações Gerenciais,** 3ª edição, São Paulo, Editora Atlas, 2003.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Mercado consumidor e Mercado organizacional. Determinantes interpessoais e pessoais do comportamento do consumidor. O processo de decisão do consumidor. Comportamento de compra do consumidor final. Comportamento do consumidor organizacional. Mercado governamental. Fatores psicológicos e sociais envolvidos no processo de compras.

Bibliografia Básica

GIGLIO, E. M.; **O Comportamento do Consumidor**. 3ª Edição. São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.

KARSAKLIAN, E.; **Comportamento do Consumidor**. 2º Edição. São Paulo: Atlas, 2000.

SOLOMON, M. R.; **Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo**. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2002.

Bibliografia Complementar

ENGEL, J. F; BLACKWELL, R. D; MINIARD, P. W; **Comportamento do Consumidor**. 9ª Edição. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MIGUELES, Carmem & Organizadores. **Antropologia do Consumo: Casos Brasileiros**. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

MOWEN, J. C & MINOR, M. S.; **Comportamento do Consumidor**. 1ª Edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

SAMARA, B. S. & MORSCH, M. A. **Comportamento do Consumidor: conceitos e casos**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SCHIFFMAN, L. G. & KANUK, L. L. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 1997.

COMÉRCIO INTERNACIONAL

O contexto internacional e os principais aspectos relativos aos negócios na era da globalização, analisando as questões de estrutura de financiamento do comércio exterior brasileiro, contratação de câmbio, rotinas de exportação e importação, funcionamento do SISCOMEX, a relação entre o Banco Central e o mercado de câmbio e os mecanismos sofisticados de captação de recursos existentes no mercado de capitais internacional.

Bibliografia Básica

SILBER, S.; VASCONCELOS, M. A. S. **Gestão de Negócios Internacionais**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

HARTUNG, D. S. **Negócios Internacionais**. 1. ed. São Paulo: Qualitymark, 2001.

VASQUESZ, J. L. **Comércio exterior Brasileiro**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

Bibliografia Complementar

BERTAGLIA, P. R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva 2003.

CORTIÑAS LOPES, J. M. & GAMA, M. **Comércio exterior competitivo**. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

LUDOVICO, N. **Logística de Transportes Internacionais**. v.3. São Paulo: Saraiva 2010.

NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da Cadeia de Distribuição: estratégia, operação e avaliação**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

SOUSA, J. M.; **Fundamentos do Comércio Internacional**. v.2. São Paulo: Saraiva 2009.

ESTRATÉGIAS DE CUSTOS E PREÇOS

Conceitos básicos de apuração de custos e fixação de preço. Sistemas de custeio. Estabelecimento do preço. Análise de curvas de oferta e demanda. Custos e formação de preços. Adequação e ajuste de preço. Avaliação e controle de preços. Métodos de atribuição de preço.

Bibliografia Básica

BEULKE, R. e BERTÓ, D. J.; **Estrutura e Análise de Custos**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

COGAN, S.; **Custos e Preços: formação e análise**. São paulo: Pineira Thomson Learning, 2008.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar

BRUNI, A. L. e FAMÁ, R. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e excel**. 8 ed São Paulo: Atlas, 2010.

BRUNT, P D.; **Como reduzir custos**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MEGLIORINI, E.; **Custos**. São Paulo: Makron Books, 2006.

BARRETO, M. G. P.; **Controladoria na gestão: a relevância dos custos da qualidade**. São Paulo: Saraiva, 2008.

LEONE, G. S. G. **Curso de contabilidade de custos: contém critério do custeio ABC**. 3. ed. São Paulo: Editora Ática, 2009.

GESTÃO TRIBUTÁRIA

Principais conceitos contábeis; a economia de impostos; a racionalização de procedimentos tributários em operações industriais, negócios mercantis e prestação de serviços realizados pelas organizações empresariais.

Bibliografia Básica

YOUNG, L.H.B. **Planejamento tributário**. 2. ed. São Paulo: Juruá, 2006.

BORGES, H.B. **Planejamento tributário**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FOSSATI, G. **Planejamento tributário e interpretação econômica**. São Paulo: Livraria do Advogado, 2006.

Bibliografia Complementar

SILLOS, L.A. **Planejamento tributário**. São Paulo: Leud, 2005.

ZANLUCA, J.C.; TEIXEIRA, P.H. **Manual prático de gestão tributária nas empresas**. Curitiba: Editora Portal Tributário, 2006 (obra eletrônica atualizável).

CASTRO, F. A.V. de et al. **Gestão e planejamento de tributos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

FABRETTI, L. C. **Prática tributária da micro, pequena e média empresa**: Legislação Tributária e Empresarial; Lei do Simples; Tributação da Média Empresa. 5. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

OLIVEIRA, G. P. **Contabilidade tributária**. 3. Ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

ANÁLISE FINANCEIRA

Fundamentos da Matemática Financeira. Juros Simples. Descontos. Juros Compostos. Séries Uniformes de Pagamentos. Equivalência de Capitais. Análise de Investimentos. Operações no Mercado.

Bibliografia Básica

GOMES, J. M. ; MATHIAS, W. F. . **Matemática financeira**: com mais de 600 exercícios resolvidos e propostos. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços**: abordagem básica e gerencial. São Paulo: Atlas, 1995.

GITMAN, L, J. **Princípios de administração financeira**. 10ª ed. São Paulo: Addison Wesley, 2004.

Bibliografia Complementar

CASAROTTO FILHO, N.; KOPITTKE, B. H.; **Análise de investimentos**. São Paulo: Atlas, 1998.

ASSAF NETO, A.; **Matemática financeira e suas aplicações**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PUCCINI, A. L. **Matemática financeira**: objetiva e aplicada. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

GARRITY, P; OIGHENSTEIN, C. A. . **MBA compacto**: matemática aplicada aos negócios. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

SHINODA, C. **Matemática financeira para usuários do excel 5.0**. São Paulo: Atlas, 1998.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO COMERCIAL

Planejamento estratégico nas organizações. Análise do ambiente organizacional. Missão, objetivos e desafios empresariais. Planejamento estratégico de Marketing. Planejamento de vendas. Potencial de mercado e potencial de vendas. Previsão de vendas. Estratégias de vendas. Plano de vendas.

Bibliografia Básica

A. HITT, M. **Administração estratégica: competitividade e globalização**, 2. Ed. – São Paulo: Cengage Learning, 2008.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A.; **Planejamento Estratégico**, Rio de Janeiro, Editora Campus, 1ª edição, 2004.

HARVARD BUSINESS REVIEW, **Planejamento Estratégico**, Rio de Janeiro, Editora Campus, 2002.

Bibliografia Complementar

CERTO, S. C. **Administração Estratégica: planejamento e implantação da estratégia**, São Paulo, Editora Pearson Education do Brasil, 2ª edição, 2005.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2000.

OLIVEIRA, D. P. R.; **Planejamento Estratégico**, São Paulo, Editora Atlas, 2003.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

REVISTA HSM MANAGEMENT. São Paulo: HSM do Brasil. Publicação Bimestral.

JOGOS DE EMPRESAS

Simular situações práticas de tomadas de decisão, criando simulações como no mundo real em que as empresas estão inseridas. A administração do capital de giro, do marketing, a gestão de um negócio frente a um mercado competitivo, a gestão de vendas e a gestão de custo na cadeia de valor.

Bibliografia Básica

UFSC, **Laboratório de Jogos de Empresas**, Santa Catarina, 2004.

MELAGI FILHO, A. **Mercado Financeiro e de Capitais**. Atlas. São Paulo. 1998.

GRAMIGNA, M. R. M. **Jogos de Empresa e Técnicas Vivenciais**. São Paulo. Makron Books. 1997

Bibliografia Complementar

GITMANN. L. J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo. Harbra. 1997.

FORTUNA, E. **Mercado Financeiro: Produtos e Serviços**. Qualimark. Rio de Janeiro. 1998.

SANVICENTE. A Z & MELLAGI F. A. **Mercado de capitais e estratégias de Investimentos**. São Paulo. Atlas, 1988.

Revista HSM

Revista Exame

QUALIDADE E PRODUTIVIDADE

O processo de certificação da qualidade. Normas ISO, Gestão da qualidade nas empresas. Ferramentas da qualidade. Avaliação da produtividade dos vendedores. Controle, análise e avaliação do desempenho em vendas. Estratégias de melhoria do desempenho em vendas.

Bibliografia Básica

BALLESTERO, A. M.E. **Administração da Qualidade e Produtividade**. 4ª ed. São Paulo. Editora Atlas, 2001.

CAMPOS, V.F. **TQC – Controle da Qualidade Total**. 8ªed. São Paulo. Editora EDG, 1999.

PALADINI, E. P.; **Gestão da Qualidade**. Atlas. São Paulo. 2009

Bibliografia Complementar

CIERCO, A. ^a; MARSHALL JÚNIOR, I.;MOTA, E. B.; ROCHA, A. V., **Gestão da Qualidade**. FGV. 2003

CERQUEIRA NETO, E. P.; **Gestão da Qualidade: Princípios e Métodos**. Pioneira, 1993.

DOUGLAS, W.; MENDES, G.; **Gestão de serviços Públicos com qualidade e produtividade**. Universo. 1997.

FEIGENBAUM, A. V.; LOVERRI, R. C.; **Controle da qualidade total: gestão e sistemas**. São Paulo: Makron Books, 1994.

JURAN, J. M.; MONTINGELLI JÚNIOR, N.; **A qualidade desde o projeto: novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços**. 3. Ed. São Paulo: Pioneira, 1997.

PROJETOS EXPERIMENTAIS

Sistemas de recursos e atividades coordenadas para realizar objetivos dentro de prazos. O projeto experimental é uma ferramenta de grande utilidade atualmente face ao cenário de globalização da economia exigindo novos padrões de competitividade para os negócios. Esta ferramenta será utilizada para a implantação de novas empresas, novos departamentos e novos produtos, bem como as reestruturações empresariais. Os projetos experimentais devem ter o envolvimento com a estratégia competitiva, com o mercado, parcerias com os fornecedores e com os clientes, com a fabricação, logística, gestão e equacionamento econômico financeiro.

Bibliografia Básica

OLIVEIRA, D. P. R.; **Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia e práticas**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MAXIMILIANO, A. C. A. **Administração de Projetos**. 3ª Edição, São Paulo, Editora Atlas, 2008.

CASAROTTO FILHO, N. **Elaboração de Projetos Empresariais – Análise**. 1ª Edição, São Paulo, Editora Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar

BERTOLDI, M. M.; RIBEIRO, M. C.; **Curso avançado de direito comercial**. 5. Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

FAZZIO JÚNIOR, W.; **Manual de direito comercial**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CASE Silvana; CASE Thomas A.; FRANCIATTO, Claudir **Empregabilidade: de executivo a consultor bem sucedido**. São Paulo: Makron Books, 1997.

COBRA, M.; COBRA, M. H. N.; **Consultoria em marketing**. São Paulo: Cobra, 2003.

ASSUNÇÃO FILHO, M. M. VALERIANO, D. L. **Gerência de Projetos**. São Paulo, Editora Makron Books, 1998.

LINGUA BRASILEIRA DE SINAIS – LIBRAS – Decreto 5.626, de 22/12/2005

Língua de sinais e conceito, mais terminologia Surdo x mudo. História da educação dos surdos no Brasil e no Mundo. Alfabeto Manual. Vocabulário das Classes Semânticas (Cores, vestuários, animais, alimentos, família e outros). Gramática (pronomes, verbos e adjetivos). Vocabulário (horas, profissões, lugares públicos, lateralidade, cidades, estados, países, economia, utensílios domésticos). Sistema de transcrição para Libras. Interpretação de frases.

Bibliografia Básica

CAPOVILLA, F. C.; R., W. D. **Dicionário enciclopédico ilustrado trilingue da língua de sinais brasileira**, 3a. ed., Vol 1: Sinais de A L. 3a.. ed. São Paulo, SP: Edusp, MEC-FNDE, 2006.

SOARES, M. A. L. **A Educação do surdo no Brasil**. 2. ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2005.

KARNOPP, L. B.; QUADROS, R. M.; **Língua de sinais brasileira: estudos lingüísticos**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

Bibliografia Complementar

BOTELHO, P. B. **Linguagem e letramento na educação dos surdos: ideologias e práticas pedagógicas**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

FELIPE, T. **Introdução à gramática da Libras**. Brasília: MEC, 1997.

FELIPE, T. **Libras em contexto: curso básico – Livro do estudante/cursista**. Programa Nacional de Apoio à Educação dos Surdos. Brasília: Ministério da Educação. Secretaria da Educação Especial, 2001.

SALLES, H. et al. **Ensino de língua portuguesa para surdos: caminhos para a prática pedagógica**. Brasília: MEC/SEESP, 2003.

14 PRÁTICAS PEDAGÓGICAS PREVISTAS

No sentido de propiciar um processo de ensino-aprendizagem dinâmico e crítico, as unidades curriculares serão desenvolvidas a partir de práticas pedagógicas que estimulem o acadêmico a desenvolver atividades práticas, bem como a participar de eventos extra-curriculares. Junto ao desenvolvimento dos conteúdos programáticos das disciplinas, os acadêmicos vivenciam situações de debates, trabalhos individuais e em grupo, pesquisas mercadológicas, leituras e estudos de casos, que objetivam atender as necessidades do campo de conhecimento da Economia Financeira.

A seguir serão apresentadas as unidades curriculares com suas práticas pedagógicas particulares que complementam a exposição do conteúdo programático pelo docente.

14.1 Conteúdos curriculares

As disciplinas do CST em Gestão Comercial priorizam as atividades práticas, trabalho em equipe, uso de laboratórios e de projetos experimentais, para que o aluno possa colocar em ação seus conhecimentos, habilidades e atitudes para resolução de diversos tipos de problemas relacionados com a área em questão. Para o aluno desenvolver competências diretamente relacionadas com as necessidades e características da Gestão Comercial, foram projetadas disciplinas dispostas em III Eixos Integradores. As disciplinas do 1º Eixo enfocam os fundamentos de conteúdos de formação que instrumentalizam o tecnólogo para construir uma concepção e atuação sistêmica em relação à área de Gestão Comercial e o ambiente organizacional. Já no 2º Eixo, o aluno deverá aprender os conteúdos de formação específica que sustentam as ações da área de Gestão Comercial e no 3º Eixo, o aluno integrar-se-á a prática profissional, quando terá contato com tendências e com textos específicos para a Gestão Comercial. Ao longo do curso, portanto, o aluno deverá estar capacitado para contribuir para a consolidação de relações e ambientes de trabalho, bem como, a prática de Gestão Comercial, embasadas na ética e voltadas ao comprometimento mútuo entre empresas e colaboradores para o crescimento dos resultados e potencial

das organizações, colaborando para construção de uma sociedade mais próspera e justa. O currículo do CST em Gestão Comercial possui disciplinas que visam cumprir de forma transversal todos os objetivos do curso.

14.2 Atividades de tutoria

No âmbito da educação a distância, pode-se definir tutoria como o conjunto de ações educativas que contribuem para desenvolver e potencializar as capacidades básicas dos acadêmicos, orientando-os, dirigindo-os, motivando-os avaliando-os para que obtenham crescimento intelectual e autonomia, ajudando-os a tomar decisões em vista de seus desempenhos e participações como acadêmicos.

A atividade de Tutoria, portanto, diz respeito ao acompanhamento próximo e a orientação sistemática de grupos de alunos realizada por pessoas experientes na área de formação. Tem como objetivos gerais ampliar as perspectivas na formação, integrando as dimensões biológicas, psicológicas e sociais, elaborando coletivamente e criticamente a experiência de aprendizagem.

14.3 Tecnologias de informação e comunicação – TICs - no processo ensino-aprendizagem

A Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel atenta à crescente necessidade de inserção dos recursos de tecnologia da informação e comunicação - TIC's - para auxiliar no ensino de competências fundamentais para a sobrevivência do profissional moderno, implantou a Central do aluno, que tem como objetivo gerenciar todas as informações acadêmicas. Através dele, os alunos, professores e secretaria têm acesso à informações acadêmicas em tempo real, todos os dias e de qualquer local.

Nesta Central é possível lançar notas, frequência e disponibilizar materiais e tarefas para os alunos além de disponibilizar uma interface para a realização de atividades complementares e avaliações institucionais. Esta ferramenta de Tecnologia da

Informação, que tem por objetivo auxiliar a construção e a dinâmica das aulas e atividades, compreende entre outras facilidades:

- I. Possibilita que as atividades previstas e programadas pelos docentes sejam disponibilizadas, via Central, com antecedência, de forma a otimizar os encontros entre docentes e discentes;
- II. Possibilita que as atividades trabalhadas fiquem à disposição dos alunos durante todo o curso podendo ser revistas a qualquer momento;
- III. Permite a inclusão de instrumentos diversos de aprendizagem tais como artigos, links, vídeos, filmes, grupos de discussão;
- IV. Facilita o desenvolvimento da auto-aprendizagem;
- V. Permite o acompanhamento, pela coordenação de curso, de todas as atividades programadas e executadas;
- VI. Possibilita atividades de recuperação de estudos e de nivelamento;
- VII. Possibilita o acompanhamento das atividades desenvolvidas pelos docentes.

Todos os alunos têm acesso aos laboratórios de informática e biblioteca para utilização de editores de texto, planilhas eletrônicas, criadores de apresentação necessária na elaboração de atividades acadêmicas. A inserção destas novas tecnologias da informação e comunicação permite a utilização de recursos telemáticos que facilitam a aprendizagem cooperativa, e a integração de todos os entes do ensino e educação.

Os Laboratórios de Informática da Faculdade buscam promover e disponibilizar o acesso à informação com qualidade, apoiando e colaborando com as atividades de ensino, pesquisa e extensão da Instituição.

O acesso a todas as estações de trabalho e seus recursos (tanto de software quanto de hardware), conta de usuário, arquivos pessoais e acesso a internet, estão disponíveis através das tarefas executadas pela estrutura de servidores.

UNIDADES CURRICULARES DO CURSO

1. Administração

A disciplina de Administração fundamenta-se em práticas pedagógicas concernentes ao desenvolvimento da articulação teoria-prática por intermédio de visitas técnicas às empresas do município e região, no sentido de possibilitar aos acadêmicos a visualização das práticas empresariais aplicadas no contexto das atividades de planejamento e organização do departamento de vendas. Como forma de compreender de forma mais profunda e consistente essa realidade, o acadêmico será estimulado a desenvolver pesquisas aplicadas, objetivando a geração de estudos de casos de empresas locais e regionais. Assim, as turmas seguintes poderão realizar estudos dos casos gerados.

2. Direito Comercial

No sentido de aproximar o acadêmico com a realidade jurídica no contexto empresarial, a disciplina de Direito Comercial adotará, como prática pedagógica, uma sistemática de visitas e acompanhamento de processos junto ao PROCON de Cascavel, com o intuito de verificar os principais problemas comumente encontrados nessa instância jurídica no que concerne aos conteúdos desenvolvidos na disciplina. Será feita uma análise dos principais processos que envolvem o direito tributário. Pretende-se também promover palestras com profissionais da área.

Marketing

3. Economia de Empresas

O contexto econômico, nos contextos local, regional, nacional e internacional, serão temas de debate e discussão da disciplina de Economia de Empresas. Dessa forma, o desenvolvimento de atividades de pesquisa em fontes secundárias de dados, tais como IBGE, IPARDES, BACEN, periódicos, revistas e jornais de grande circulação, possibilitará aos acadêmicos a obtenção de informações relevantes para o entendimento de fatos e acontecimentos que exercem influência sobre a economia do país e região. Tais pesquisas contribuirão de maneira complementar ao desenvolvimento dos preceitos teóricos que fundamentarão a disciplina.

4. Marketing

A prática pedagógica concernente à disciplina Marketing consistirá fundamentalmente do desenvolvimento de um plano de marketing. Dessa forma, o acadêmico será estimulado a conceber, de forma criativa e inovadora, bens e serviços que possam ser comercializados. Para tanto, será necessário que o acadêmico busque informações acerca do mercado consumidor, estabeleça a segmentação de mercado, defina o posicionamento mercadológico para o produto em análise e estabeleça quais as estratégias de marketing e vendas darão sustentação para uma efetiva participação de mercado. Tal proposta está sustentada na crença de que é de suma importância que o acadêmico desenvolva a capacidade de refletir a respeito de situações reais de mercado. O aluno aprenderá também a fazer um plano pessoal de marketing.

5. Análise Financeira

A disciplina de Análise Financeira se utilizará de práticas pedagógicas que permitam ao acadêmico adquirir conhecimentos quantitativos no contexto da Gestão Comercial, tais como formação de preço de venda, composição do custo de produto, descontos de preços, dentre outros. Dessa forma, uma das atividades aplicadas consistirá da análise de casos práticos e exercícios simulados, todos com a utilização da calculadora HP 12C. Para tanto, a disciplina possibilitará a aprendizagem das principais análises financeiras mediante utilização da calculadora HP 12C.

6. Formação e Gerenciamento de Equipes

O enfoque principal desta disciplina é referente aos aspectos comportamentais que estão vinculados ao exercício do profissional de vendas, principalmente quanto a sua atuação enquanto gestor de pessoas. Nesse prisma, a habilidade do gestor em trabalhar com pessoas pode ser adquirida mediante exercícios que envolvam a capacidade do mesmo em liderar equipes de vendas para que as mesmas se comprometam com o resultado que a empresa espera delas. Assim, serão adotadas na disciplina práticas pedagógicas que desenvolva nos acadêmicos habilidades

interpessoais de trabalhar em equipe, tais como dinâmicas de grupo, técnicas de resolução de conflitos e técnicas de tomada de decisão.

7. Gestão de Compras e Estoques

Para a disciplina de Gestão de Compras e Estoques vir ao encontro das diretrizes do curso, planeja-se as atividades de visita a empresas que possuem sistemas de gestão de compras e estoques sofisticados e empresas que poderiam alavancar seus negócios através do uso de ferramentas e aplicativos específicos. Planeja-se também usar estudos de caso que possam simular problemas e soluções possíveis relacionados a aplicação dos conceitos da disciplina a melhoria do desempenho de vendas.

8. Gestão da Produção

Esta disciplina fornece um caminho lógico das atividades de Gestão da Produção e um entendimento do contexto estratégico em que os gerentes e funcionários da produção trabalham. As possibilidades de melhoria de produção são apresentadas de forma a refletir a responsabilidade de todos os envolvidos no processo quanto à melhoria contínua do desempenho de suas operações.

9. Gestão da Tecnologia da Informação

Tendo por base os estudos de caso elaborados na disciplina de Introdução à Administração, os acadêmicos deverão desenvolver um diagnóstico das empresas focando os sistemas de informação relacionados a área de vendas. O diagnóstico consistirá da descrição geral da tecnologia da informação utilizada neste contexto, análise dos benefícios e das dificuldades encontradas nesses sistemas e finalizando com propostas de melhorias ao uso da tecnologia da informação nessas empresas. Dessa forma será possível propiciar aos acadêmicos uma visão sistêmica da gestão da tecnologia da informação aplicada à área de vendas.

10. Comportamento do Consumidor

No desenvolvimento da disciplina de Comportamento do Consumidor serão adotadas práticas pedagógicas destinadas a capacitar o profissional de vendas no que concerne a compreensão dos aspectos atitudinais e motivacionais do consumidor quando do seu envolvimento em processos decisórios de compra. Nesse sentido, o acadêmico do curso será estimulado a participar de trabalhos em grupo e de seminários especiais que possibilitem a discussão de artigos científicos da área de marketing e vendas. Pretende-se também desenvolver pesquisas aplicadas para melhor compreender o comportamento de consumo de públicos diversos, tais como jovens e adolescentes, homens e mulheres, terceira idade, em diferentes contextos de mercado (indústria, comércio e serviços).

11. Promoção de Vendas e Pós Vendas

Nesta disciplina, o acadêmico será estimulado a desenvolver um plano de promoção para uma empresa por ele selecionada e após a avaliação do pós vendas. O trabalho tem por fundamento básico a noção de que o efetivo aprendizado técnico se dá a partir de condições experimentais, onde a aplicação prática permite uma melhor compreensão dos pressupostos teóricos que fundamentam as disciplinas. Outra prática adotada será a exposição de material promocional para que os acadêmicos possam apreciar criticamente a produção técnica de tais peças e, de acordo com tal análise, criem peças alternativas que pudessem ser aplicadas no contexto empresarial. O objetivo pedagógico de tal trabalho é o de despertar o senso crítico e criativo dos acadêmicos.

12. Serviços e Operações

Os alunos deverão desenvolver, nesta disciplina, o projeto de elaboração do protótipo de serviços, bem como a descrição de suas características técnicas e de utilidade para o consumidor. Deverão construir todos os aspectos envolvidos com a gestão de serviços.

13. Pesquisa de Mercado

A disciplina de Pesquisa de Mercado tem por finalidade o desenvolvimento de pesquisas aplicadas nas diferentes áreas de investigação mercadológicas, a fim de proporcionar aos acadêmicos experiências práticas no contexto de processos de pesquisas exploratórias e descritivas. Para tanto, adotar-se-á como prática pedagógica complementar a elaboração e o desenvolvimento de projetos de pesquisa.

14. Estratégias de Custos e Preços

Nesta disciplina o acadêmico será estimulado a desenvolver análises de estruturas de custos de empresas industriais, comerciais e de serviços, objetivando a familiarização com técnicas de custeio e formação de preço de venda de bens e serviços.

15. Gestão Tributária

Esta disciplina contemplará a complexa questão da economia de impostos, racionalização de procedimentos e controvertidas questões tributárias nas operações industriais, de negócios comerciais e prestação de serviços realizados pelas empresas. Vai contribuir para dar uma noção efetiva no processo de formação técnico-funcional dos alunos no planejamento tributário neste curso de Gestão Comercial.

16. Comércio Internacional

Esta disciplina vai abordar os alicerces dos negócios internacionais no que se refere às importações e as exportações, abordando os diversos aspectos da Economia Nacional e Internacional. Abordará a evolução deste comércio, os blocos econômicos, os organismos regionais, o mercado cambial, os ciclos econômicos e os paraísos fiscais. O Brasil e a Economia Mundial.

17. Qualidade e Produtividade

O objetivo desta disciplina é o de proporcionar aos acadêmicos a obtenção de conhecimentos quanto à avaliação dos resultados da gestão de vendas da empresa em termos dos aspectos qualitativos e quantitativos pertinentes à função de gestor de vendas. Nesse contexto, serão adotadas práticas pedagógicas que permitam a realização de diagnósticos qualitativos e quantitativos da estrutura de vendas da empresa, criando condições para a avaliação do nível de produtividade da equipe de vendas, bem como da qualidade envolvida no exercício de suas funções. Os procedimentos operativos para a qualificação profissional nesta área consistirão de diagnósticos da estrutura de vendas de empresas locais ou regionais.

18. Planejamento Estratégico Comercial

A disciplina de Planejamento Estratégico Comercial tem um papel fundamental na estrutura curricular do curso, pois a mesma servirá de embasamento conceitual para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (Plano de Negócios). Dessa forma, a condução da mesma deverá permitir a absorção de conhecimentos que estruture de forma sistemática e aplicada todas as fases do planejamento estratégico de vendas. De modo complementar à exposição e discussão dos conteúdos da disciplina, serão apresentados exemplos práticos de planejamentos estratégicos para que se realize a análise dos mesmos pelos acadêmicos.

19. Jogos de Empresas

Esta disciplina apresenta a teoria que fundamenta os modelos utilizados em jogos de empresas e a metodologia para criá-los de forma a atender as necessidades dos alunos, além de mostrar a linha divisória entre a realidade e a simulação. O aluno tomará decisões em laboratório com os mesmos parâmetros reais e irá, mais do que ler e aprender, viver as grandes decisões empresariais.

20. Projetos Experimentais

Capacitar os alunos do curso de Tecnologia em Gestão Comercial para elaboração de projetos experimentais voltados as áreas comerciais das empresas.

15 OUTROS ITENS DO PROJETO PEDAGÓGICO

15.1 Forma de acesso ao curso

A forma de acesso na Faculdade ocorre anualmente através do edital de abertura do processo seletivo. A Instituição disponibilizará no seu site todas as informações necessárias para o candidato, tanto a formação acadêmica do corpo docente vinculado ao curso, bem como, a infraestrutura existente (física e acadêmica da Faculdade).

O acesso para aluno é possível através de diversas formas:

- Candidatos com os cursos de ensino médio, ou equivalente, concluído e que tenham sido classificados no processo seletivo tradicional e ou agendado da Instituição e pelo ENEM;
- Portadores de diplomas de ensino superior devidamente registrado desde que hajam permanecido vagas abertas, após o encerramento das matrículas dos selecionados;
- Alunos vinculados em outras Instituições através do processo de transferência desde que haja sobra de vagas;
- Transferências de alunos através de ex-officio.

A Faculdade poderá adotar outros critérios de acesso através do Conselho Superior que regulamentará a sistemática do acesso dentro da Legislação vigente.

16 POLÍTICAS DE ATENDIMENTO AOS DISCENTES

16.1 Estímulos à permanência

A Faculdade, preocupada em assegurar à comunidade acadêmica um ambiente saudável para o ensino pedagógico, bem como assegurar condições para que não ocorra evasão/afastamento escolar, oferecerá Programa de Nivelamento e Atendimento psico-pedagógico, conforme abaixo:

16.2 Programa de Nivelamento

O projeto é desenvolvido de forma contínua ao longo do período letivo, além de questões referentes à produção de texto que vão desde a organização até riqueza de idéias e coerência de Curso e pelos professores em regime de trabalho de Tempo Integral, Tempo Parcial e Horista, com jornada semanal específica para atendimento ao aluno.

Objetivo

Com o objetivo de recuperar as deficiências de formação dos ingressantes, a Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel oferece aos seus alunos cursos de nivelamento.

Metodologia

São ministrados, anualmente, cursos de nivelamento em língua portuguesa e matemática básica. Estes cursos visam suprir as deficiências básicas dos alunos que não conseguem acompanhar adequadamente o aprendizado. Dessa maneira, acredita-se estar atendendo os alunos com deficiência de formação, garantindo sua permanência na vida acadêmica.

PROJETO MATEMÁTICA BÁSICA

Ao contrário do que a maioria dos estudantes pensa, a Matemática é constituída por conceitos e não apenas por fórmulas ou métodos mágicos. Estes conceitos devem ser devidamente compreendidos, caso contrário, estudar esta disciplina será sempre uma tortura.

O maior objetivo deste projeto é oferecer aos alunos que não tiveram uma formação adequada no ensino médio, conhecimentos e condições suficientes para um bom desempenho ao longo de seus cursos de graduação, apostando sempre na filosofia de que todo aprendizado é eficaz quando da valorização da parte básica e do seu devido aprofundamento.

Os cursos de nivelamento são oferecidos de forma continuada ao longo do ano letivo enquanto perdurar as deficiências e de forma gratuita para o aluno.

PROJETO NIVELAMENTO DE PORTUGUÊS

A Língua Portuguesa é o nosso mais habitual e completo meio de comunicação e expressão de idéias e sentimentos, é um sistema dinâmico, com organização própria (gramática), que está em constante uso (leitura e produção – oral e escrita).

Pensando nisso é desenvolvido na Faculdade o projeto de nivelamento, que participarão os alunos que possuem deficiência gramatical. Seu maior objetivo é tornar a Língua Portuguesa um instrumento real de expressão, ganhando organização, clareza e fluência.

16.3 Atendimentos psico-pedagógico

Com o intuito de orientar os discentes no que diz respeito à vida escolar como notas, desempenho, trabalhos, provas e freqüência; além de servir como atendimento específico para orientar o corpo discente no que diz respeito a problemas de aprendizagem, a Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel criou um Núcleo de Apoio Psico-Pedagógico (NAP).

O NAP tem por objetivos: contribuir para a formação integral do discente, considerando aspectos sociais, emocionais e afetivos no percurso da formação acadêmica; promover um espaço de diálogo entre discentes, docentes, coordenadores

e diretores; assessorar, avaliar e apresentar propostas para o melhor desempenho dos discentes; atender individualmente ou em grupo os discentes, oferecendo um espaço para “escutar” e intervir frente às suas ansiedades relativas à formação acadêmica e vida pessoal; atender os familiares dos discentes a fim de esclarecer as intercorrências vivenciadas na Faculdade; orientação vocacional e profissional; orientação acadêmica; e aconselhamento psicológico.

O Núcleo de Apoio Psico-Pedagógico é coordenado por um profissional com formação na área de Psicologia.

O atendimento extra-classe aos alunos é realizado pela Coordenação.

17 PERFIL DOCENTE

O Curso de Gestão Comercial exige um corpo docente diferenciado. Seu projeto pedagógico propõe um processo de articulação dinâmico entre o ensino-aprendizagem, teoria e prática. A flexibilidade e o espírito de iniciativa são características do docente que precisa criar um ambiente acadêmico favorável do profissional que deseja formar.

18 CORPO TÉCNICO ADMINISTRATIVO

O corpo técnico-administrativo será constituído por todos os funcionários não docentes da FCSAC. O corpo técnico-administrativo integrará o Quadro de Pessoal da FCSAC. A competência para aprovação do número de vagas do corpo técnico-administrativo, distribuídos pelas diversas categorias e classes, será da Coordenação e/ou setor, e será feita após o encerramento de cada semestre letivo. A competência final para implantação do disposto no parágrafo anterior será, sempre da Mantenedora, visto que resultam em aumento ou diminuição de despesa.

18.1 Participação estudantil nos órgãos colegiados

Os alunos regularmente matriculados têm representação garantida nos diferentes Órgãos Superiores que compõem a estrutura organizacional da Instituição, conforme seu regimento.

ÓRGÃOS COLEGIADOS

São órgãos colegiados da Faculdade o Conselho de Administração Superior (CAS) e o Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE).

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO SUPERIOR (CAS)

O CAS é o órgão máximo de natureza deliberativa, normativa, consultiva e recursal é constituído: pelo Diretor Geral, Diretor Administrativo, Diretor de Desenvolvimento, Coordenadores, Representantes Docentes, Discente e Secretário Geral. As reuniões ordinárias são realizadas somente com a maioria de seus membros:

CONSELHO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO (CEPE).

O CEPE é um órgão colegiado de finalidade consultiva, deliberativa, normativa e recursal e constituído: pelo Diretor Geral, Diretor Administrativo, Diretor de Desenvolvimento, Coordenadores, representante discente e Secretário Geral.

AUTONOMIA DA IES EM RELAÇÃO À MANTENEDORA

A Mantenedora trabalha em perfeita harmonia com a mantida, respeitada a autonomia didático-pedagógica para atuar da melhor forma visando atender ao "seu" público, tendo como base um adequado sistema de planejamento constituído de um rigoroso Projeto Institucional, no qual está clara a missão, a vocação, os objetivos, os princípios e as diretrizes da instituição educacional; de um Plano de Desenvolvimento, com duração de 5 anos.

A Mantenedora é constituída de uma sólida filosofia educacional e gerida de forma estratégica. Com isto, propicia uma relação, com a mantida, forte e coerente.

Por outro lado, a Instituição Mantida deve contar com talentos individuais que estabeleçam a distinção e a diferença das demais e com colegiados competentes, de forma a construírem história, a fim de atuarem em regime de consistente esforço coletivo, criando marcas, reconhecidas na comunidade.

18.2 Acompanhamento dos Egressos

A Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel mantém um programa de acompanhamento ao Egresso – ASSOCIAÇÃO DE EX ALUNOS DA FCSAC – ASSEG, tendo como objetivo estreitar o relacionamento entre a Faculdade e seus ex-alunos, desencadeando ações de aproximação, contato direto e permanente, por meio de todas as formas de comunicação possíveis, incluindo um espaço on line.

A ASSEG tem como principais objetivos:

- promover a manutenção do intercâmbio entre a Faculdade e os egressos dos seus cursos;
- avaliar o nível de satisfação dos egressos com a formação acadêmica adquirida;
 - avaliar a qualidade do ensino e adequação dos currículos;
 - levantar e analisar trajetórias profissionais;
 - levantar e avaliar situações profissionais;
 - acompanhar os alunos dos cursos de graduação da Instituição que já estão aptos e mesmo em contato e interação com o mercado de trabalho;
 - acompanhar o interesse por estudos de educação continuada (cursos não formais e de pós-graduação lato sensu e stricto sensu).

A ASSEG expressa o compromisso da Instituição com o seu egresso que é informado sobre notícias da sua área de formação, informações científico-técnicas, eventos (jornadas, congressos, cursos de atualização etc.), atividades de formação continuada, oportunidades, pós-graduação, perguntas a seu professor, além do contato com colegas da turma. Visa ainda a organização de jornadas e congressos sobre temas atuais, de forma a manter o ex-aluno atualizado com os progressos no seu campo de atuação.

Por outro lado, o ex-aluno, como profissional atuante no mercado, informa a Faculdade sobre os resultados alcançados e dificuldades encontradas após a graduação, bem como sugestões para melhorar e garantir a qualidade em cada área de atuação.

A Faculdade proporciona ao ex aluno incentivo na Pós-graduação e num eventual segundo curso de Graduação e através da ASSEG os ex alunos mantêm seu vínculo com a Faculdade possibilitando o empréstimo de obras da biblioteca.

18.3 Atendimento Extra-Classe

A Faculdade apóia a participação de seus alunos em atividades de monitoria, de iniciação científica, nos programas de extensão e em eventos diversos, de natureza educacional, cultural e científica, como estratégia do processo ensino-aprendizagem.

O exercício da monitoria e a participação dos alunos em projetos e programas de iniciação científica e de extensão, sempre sob a orientação docente, fazem parte da estratégia de aprendizagem, objetivando também o estreitamento da relação professor-aluno e complementando o atendimento extra-classe.

O atendimento extra-classe ao acadêmico(a), será realizado pela Coordenadoria do Curso, pela Coordenação Pedagógica e pelos Professores.

18.4 Ouvidoria

Buscando atender os anseios da comunidade acadêmica, corpo docente e funcionários em geral, a Ouvidoria da instituição compreende a análise de quaisquer observações que possibilitem adequação e redirecionamento em busca de avanços qualitativos. Tais considerações são encaminhadas aos setores responsáveis e atentamente assistidas em suas eficazes consolidações. Porém, falta ainda uma estruturação tanto física quanto de funcionamento, bem como desconhecimento desse veículo de comunicação da maioria do corpo discente e até docente.

O que faz

Recebe, analisa e encaminha sugestões, informações e questionamentos sobre diversos setores da Faculdade, acompanhando todo o processo até seu desfecho.

Público Alvo

Atende os acadêmicos, professores, funcionários, fornecedores e comunidade em geral.

Formas de contato

O contato pode ser feito por telefone, pessoalmente, e-mail: ouvidoria@univel.br ou no link do site da Faculdade.

19 RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS

A educação das relações étnico-raciais, bem como o tratamento de questões e temáticas que dizem respeito aos afrodescendentes estão incluídas em disciplinas e atividades curriculares do curso conforme resolução CNE/CP número 1 de 17 de junho de 2004.

20 POLÍTICAS DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL

O curso mantém integração com a educação ambiental em disciplinas do curso de modo transversal, contínuo e permanente, conforme decreto número 4.281 de 25 de junho de 2002.

20.1 Políticas institucionais no âmbito do curso

Verifica-se que há plena consonância entre o preconizado tanto no PDI quanto no PPI da IES, no que tange às políticas institucionais e as práticas do curso. O ensino e extensão são ações praticadas nas atividades regulares do curso. A ética como postura e o compromisso social como atitude, são estimulados pelos docentes dentro do cotidiano do processo de ensino aprendizagem.

As atividades permanentes de prática profissional, articuladas ao ensino, estão ligadas ao conceito de capacidade laborativa, na medida em que as competências geradas

contribuem para a formação específica do estudante no que se refere à sua formação profissional.

A UNIVEL oportuniza situações concretas vinculadas à prática profissional dos discentes, visando os desempenhos técnico, humano e político. As atividades permanentes de prática profissional articuladas com o ensino estão ligadas ao conceito de "laborabilidade" (em lugar de empregabilidade), na medida em que essas competências serão premissas de um trabalhador polivalente que pode, quando bem preparado, ser mais autônomo para decidir seu percurso no mercado de trabalho.

Em decorrência de tal proposta, o professor constitui-se hoje não mais como fonte unívoca de conhecimento para seu aluno, uma vez que este com o auxílio da internet busca com presteza uma diversidade de informações. Mas, enquanto isso acontece, fortalece-se o conhecimento científico, avaliando, criticando, compreendendo, julgando a pertinência e aplicando-os à vida prática. O professor é mediador.

21 INFRAESTRUTURA

21.1 Infraestrutura Física

A FCSAC possui, atualmente, a seguinte infraestrutura:

Área total construída: 21.924m²;

Área livre: 97.682,84m².

Na área construída, temos os seguintes ambientes:

21.1.1 Salas de Aulas – Bloco A

Salas	Metros Quadrados	Total m²
04 Salas de aula	70m ²	280
05 Salas de aula	63m ²	315
Total: 09 salas		595
08 Sanitários (Mas/Fem)	30m ²	240

Total Geral	835
-------------	-----

21.1.2 Salas de Aulas – Bloco B

Salas	Metros Quadrados	Total m ²
17 Salas de aula	92m ²	1.564
07 Salas de aula	124m ²	868
05 Salas de aula	82m ²	410
03 Salas de aula	30m ²	90
08 Salas de aula	60m ²	480
04 Salas de aula	76m ²	304
01 Sala de aula	70m ²	70
04 Salas de aula	55m ²	220
03 Salas de aula	50m ²	150
01 Sala de aula	100m ³	100
Total: 53 Salas		4.256
12 Sanitários (Masc/Fem)	30 m ²	360
Total Geral		4.616

21.1.3 Setores Diversos

Salas	Metros Quadrados	Total M ²
01 Coordenação Direito	50m ²	50
01 Coordenação de Contábeis	20m ²	20
02 Coordenações de Jornalismo	40m ²	40
01 Coordenação Administração	20m ²	20
01 Coordenação Gestão Comercial, Coordenação Financeira e Logística	30m ²	30
01 Direção Geral	30m ²	30
01 Coordenação Pedagógica	15m ²	15

01 Cozinha	50m ²	50
01 Núcleo de Ensino à Distância	20m ²	20
01 Diretoria de Desenvolvimento	30m ²	30
01 Biblioteca	500m ²	500
01 Auditório com 528 Poltronas	1.050m ²	1.050
01 Pós – Graduação	160m ²	160
01 Contabilidade	90m ²	90
01 Secretaria Acadêmica	160m ²	160
01 Sala dos Professores	60m ²	60
01 Núcleo de Prática Jurídica	700m ²	700
01 Cartório Modelo	46m ²	46
01 Laboratório de Fotos	44m ²	44
01 Laboratório de Rádio	120m ²	120
01 Laboratório de TV	68m ²	68
01 Sanitário p/ Professores (Masc)	7,5m ²	7,5
01 Sanitário p/ Professores (Fem)	7,5m ²	7,5
01 Sala (Tesouraria)	30m ²	30
01 Sala p/ Atendimento (Prouni, FFCSAC, PAP)	30m ²	30
01 Sala Protocolo	10m ²	10
01 Sala de Assessoria de Imprensa	6m ²	6
01 Sala Sistema RM	16m ²	16
01 Sala p/ CPA	6m ²	6
01 Sala de Reuniões	20m ²	20
01 Sala p/ Setor de Compras, Administrativo e Financeiro	50m ²	50
01 Sala p/ Direção e Secretaria da Escola da Magistratura	20m ²	20
01 Praça de Alimentação	1.300m ²	1.300
01 Sala de Reprografia	50m ²	50

Total: 35 Salas

4.906

E, para os próximos anos, o cronograma de expansão da infraestrutura física é o seguinte:

DESCRIÇÃO	2011	2012	2013	2014	2015
Salas de aula	61	66	72	80	80
Sanitários	20	-	28	39	39

Cronograma de expansão da infraestrutura física

03- Geradores com potência de 500 KWAT cada.

01- Estacionamento asfaltado p/ alunos 1000 carros.

01- Estacionamento asfaltado p/ Professores 200 carros.

01- Estacionamento p/ motos (alunos) 210 motos.

03- Estacionamentos para portadores de necessidades especiais

Complementos

Importante frisar que os blocos A e B possuem toda estrutura adequada para os portadores de necessidades especiais, ou seja, rampas, telefones, banheiros adequados e trilhos de portadores de deficiências visuais.

21.2 Biblioteca

Área

A área total da biblioteca, incluindo circulação, é de 540 m².

Horário de Atendimento

O horário de atendimento da Biblioteca é de segunda-feira a sexta-feira, das 07h30 às 12h e das 14h às 22h50 e aos sábados, das 07h30 às 17h30.

Serviços oferecidos

A Biblioteca oferece os seguintes serviços aos seus usuários:

- Atendimento ao usuário;
- Consulta ao acervo;
- Empréstimo domiciliar;
- Renovação e reserva de materiais;
- Catálogo on-line;
- Comutação bibliográfica – COMUT;
- Orientação individualizada ao usuário na busca de informações;
- Localização de documentos;
- Auxílio na normalização de documentos;
- Catalogação na fonte (ficha catalográfica);
- Acesso à internet.

Equipamentos

A biblioteca conta com os seguintes equipamentos:

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
Computadores para funcionários	08
Impressoras para funcionários	02
Computadores para usuários consultarem o acervo da biblioteca	02
Computadores para usuários	16

Acomodações para usuários

A biblioteca conta com as seguintes acomodações aos seus usuários:

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE
Sala para estudo em grupo	03
Mesas (04 lugares em cada mesa)	18
Cabines para estudo individual	15
Guarda-volumes	72

Recursos Humanos

FORMAÇÃO	BIBLIOTECÁRIA	AUXILIARES	ESTAGIÁRIOS
Especialização			
Especialização (cursando)			
Graduação (completo)	01	01	
Graduação (cursando)		04	03
Segundo Grau (completo)		01	
Segundo Grau (cursando)			01
TOTAL	01	06	03

Acervo por Área do Conhecimento

A biblioteca da FCSAC possui o seguinte acervo:

Área	Títulos	Exemplares
Ciências Exatas e da Terra	1.395	4.481

Ciências Biológicas	05	19
Engenharias	80	157
Ciências da Saúde	44	74
Ciências Sociais Aplicadas	10.314	37.788
Ciências Humanas	833	2.389
Linguística, Letras e Artes	523	1.857
Total	13.194	46.765

Plano de Expansão

O Plano de Expansão da Biblioteca prevê aprimoramentos estruturais, organização e adequação de novos espaços, como, também, aprimoramentos qualitativos, mais especificamente, em ações que dimensionem a Biblioteca como instrumento de difusão da cultura e da informação.

Discriminação	2011	2012	2013	2014	2015
Sala de Multitecnologia				X	X
Sala Destinada às Obras Raras			X		
Sala de Vídeo			X		
Sala de Multimídia				X	
Sala de Estudo			X		
Equipamentos Computadores		X			

Expansão – Instalações e equipamentos

Tais instalações possibilitarão:

Sala de Multitecnologias – possibilita ao professor ministrar aulas na biblioteca, dispendo de recursos de Internet e acesso a base de dados, multimídia, televisor e quadro. A capacidade prevista será de, no mínimo, 110 lugares. Na sala de Multitecnologias poderão ser ministrados, também, cursos, treinamentos e desenvolvimento de projetos especiais;

Sala Destinada às Obras Raras – nesta sala será montado um acervo exclusivo para as Coleções de Obras Raras e/ou Clássicas. Pretende-se criar um ambiente de estudo exclusivo e paralelo com um ambiente onde se possa tratar essas obras com os seus devidos cuidados;

Sala de Vídeo – teremos duas salas de vídeo com TV e DVD. Sua utilização, enquanto recurso didático-pedagógico, desempenha uma importante função no processo de ensino-aprendizagem ao estimular o autoestudo e possibilitar o acesso dos alunos a eventos, como seminários, workshops, etc. As salas poderão ser utilizadas a partir de reserva de horário junto à biblioteca.

Sala de Multimídia – será implantada uma sala com 30 computadores e impressoras para auxiliar os usuários nos levantamentos bibliográficos e quanto ao uso da Internet. O levantamento consiste na busca e localização de dados bibliográficos em fontes especializadas automatizadas.

Saguão de Entrada com Guarda-Volumes – este espaço será ampliado de 72 para 300 espaços;

Salas de Estudos em Grupo – serão criadas mais 5 salas de estudos em grupo totalizando 8 salas.

Espaço Físico do Acervo – atualmente a Biblioteca está com 540m², tendo um acervo significativo com mais de 46.000 itens. Sendo assim, a pretensão é de aumentar em até 50% esse espaço.

Equipamentos – aquisição de novos computadores, impressoras, DVD's, Vídeo, Televisores, Máquina de Xérox, Sistema Anti-Furto.

Política de Atualização do Acervo

Mediante acompanhamento feito durante os anos de 2002 e 2003 ao processo de ampliação e qualificação da Biblioteca foi possível redefinir as políticas e procedimentos de aquisição de material bibliográfico.

A nova orientação é de descentralizar para os coordenadores dos departamentos de cursos as decisões sobre ampliação do acervo, tanto no que diz respeito à diversidade de títulos de livros e periódicos quanto à quantidade de volumes

a serem adquiridos. Esta política tem em vista um maior envolvimento dos professores na seleção do acervo.

O acervo será anualmente acrescido de novas publicações, por meio das indicações dos professores, coordenadores de curso, alunos e Direção Geral da FCSAC.

Áreas	2011	2012	2013	2014	2015
Ciências Exatas e da Terra	4.615	4.753	4.895	5.041	5.192
Ciências Biológicas	20	22	24	26	28
Engenharias	162	167	172	177	182
Ciências da Saúde	76	79	82	84	87
Ciências Sociais Aplicadas	38.921	40.088	41.290	42.528	43.803
Ciências Humanas	2.460	2.533	2.608	2.686	2.766
Linguística, Letras e Artes	1.912	1.969	2.028	2.088	2.150
Total	48.166	49.610	51.097	52.627	54.208

Expansão – Acervo

21.3 Estrutura de Informática

No que diz respeito à informática da FCSAC, sua estrutura está abaixo discriminada:

Laboratório 1	Laboratório 2
<p>40 maquinas Athlon 64 x2 4000+, 1Gb de ram, hd 80Gb</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Projektor Multimidia no Teto</p> <p>Tamanho da sala 87 m²</p>	<p>60 máquinas Core 2 Duo, 2Gb de ram, hd 500Gb</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp e Linux</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Projektor Multimidia no Teto</p>

	Tamanho da sala 113 m ²
<p>Laboratório 3</p> <p>60 máquinas Core 2 Duo, 2Gb de ram, hd 160Gb</p> <p>Monitor LCD 19”</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp e Linux</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Projeto Multimidia no Teto</p> <p>Tamanho da sala 113 m²</p>	<p>Laboratório 4</p> <p>60 máquinas Core 2 Duo 2.5Ghz, 1Gb de RAM, 80Gb</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp e Linux</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Projeto Multimidia no Teto</p> <p>Tamanho da sala 113 m²</p>
<p>Laboratório 5</p> <p>60 máquinas Core 2 Duo, 2Gb de ram, hd 500Gb</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp e Linux</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Projeto Multimidia no Teto</p> <p>Tamanho da sala 113 m²</p>	<p>Laboratório 6</p> <p>40 máquinas Sempron 3000+, 1Gb de ram, hd 80Gb</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp e Linux</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Projeto Multimidia no Teto</p> <p>Tamanho da sala 68 m²</p>
<p>Laboratório 7</p>	<p>Laboratório 8</p>

<p>18 máquinas Duron 1.2, 512Mb de ram, hd 40Gb</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp e Linux</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Projeto Multimídia no Teto</p> <p>Tamanho da sala 68 m²</p> <p>Acessibilidade</p>	<p>20 Thin Client para conexão remota</p> <p>Servidor - Intel®XeonX2 3.2GHz, Windows Server 2003, 4.0GB, 38GB SCSI</p> <p>Sistema Operacional Windows Server 2003</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Tamanho da sala 68 m²</p>
<p>Laboratório 9</p> <p>60 máquinas Core 2 Duo 2.5Ghz, 1Gb de RAM, 80Gb</p> <p>Monitor LCD 17”</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp e Linux</p> <p>Laboratório climatizado com Ar-condicionado Split</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Projeto Multimídia no Teto</p> <p>Tamanho da sala 113 m²</p>	<p>Saju Prática Juridica</p> <p>10 máquinas Core 2 Duo, 2Gb de ram, hd 500Gb</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp</p>
<p>Rede Biblioteca</p> <p>16 máquinas Sempron 2400+, 512Mb de ram, hd 160Gb</p> <p>Sistema Operacional Windows Xp</p>	<p>Rede Wireless</p> <p>Rede wireless para acesso dos professores e acadêmicos a internet sem fio, com cobertura em todo o campus da instituição.</p>

<p>Equipamentos Para Instalação em Sala de Aula</p> <p>20 máquinas para projeção.</p> <p>Todas com leitores de DVD, codecs para a execução de videos, pacote Microsoft Office 2007 e Open-office para arquivos de texto.</p> <p>20 Projetores.</p> <p>4 Retroprojetores.</p> <p>10 Caixas de Som.</p> <p>7 Tvs.</p> <p>4 Video cassetes.</p> <p>2 Aparelhos de DVD.</p>	<p>Salas Multimídias</p> <p>18 salas de aula completas para aulas e exposição Áudio-Visual</p> <p>As Salas Possuem:</p> <p>Computador com leitores de DVD, codecs para a execução de videos, pacote Microsoft Office 2007 e Open-office para arquivos de texto.</p> <p>Projetor Multimídia no Teto</p> <p>Caixas Acústicas</p> <p>Cabo para ligação de Notebook</p> <p>Quadro Branco Grande</p> <p>Ar-condicionado Split</p>
<p>Impressoras</p> <p>33 Impressoras á Laser</p>	<p>Mutifuncionais</p> <p>17 Impressoras á Laser, com Scaner e Fax</p>
<p>Scaners</p> <p>3 Scaners de Messa profissional</p>	

Especificação dos Equipamentos dos Laboratórios

Além do exposto, possui um laboratório específico destinado ao curso para a disciplina de Jogos de Empresas que busca ampliar as possibilidades de atividades práticas da área de Gestão Comercial, preparando os futuros profissionais a correlacionar, em sua experiência profissional teórica e prática.

Para os próximos cinco anos, há a seguinte expansão prevista:

2011	2012	2013	2014	2015
Virtualização Internet	Ligação Fibra Optica	Link Backup Internet	1 Servidor Moodle EAD	80 Computadores e Monitores LCD
Virtualização Pagina	Ligação Fibra Switch	Link Internet	80 Computadores e Monitores LCD	
Central Telefonica Digital	1 Servidor Storage	80 Computadores e Monitores LCD		
Servidor AD	Virtualização AD			
Rack 42 U Servidor	1 Servidor RM Aplicação			
80 Computadores e Monitores LCD	Central Vigilância			
	Virtualização RM			
	80 Computadores e Monitores LCD			

Projeção da estrutura de informática para o período de 5 anos

Já em relação à estimativa de expansão dos Laboratórios de Informática para os próximos 5 anos, foram realizadas análises com base no crescimento e abertura de novos cursos e turmas, o que gerou os números abaixo.

Número de salas Necessárias				
2011	2012	2013	2014	2015
0	1	2	1	1

Essas salas de aula terão 113 m², segundo a disposição e espaço físico utilizadas hoje em dia, o que proporciona um maior conforto e disposição para alunos e professores.

Número de Computadores nos Laboratórios				
2011	2012	2013	2014	2015
418	478	558	618	678

A projeção das máquinas para o ano de 2013 contempla uma nova sala de aula e a ampliação de um laboratório, passando de 40 para 60 computadores.

22 INFRAESTRUTURA DE ACESSIBILIDADE ÀS PESSOAS PORTADORAS DE NECESSIDADES ESPECIAIS

A Educação Inclusiva têm por objetivo promover a participação de todos os alunos, inclusive aqueles que são portadores de necessidades especiais (PNE), nas

Instituições de Ensino Superior. A Educação Inclusiva preocupa-se em com a adaptação de políticas, estruturas, materiais didáticos e práticas de ensino para que essas atendam a diversidade de alunos.

A inclusão escolar constitui uma proposta que representa valores simbólicos importantes, condizentes com a política de igualdade, em ambiente educacional favorável. Implica a inserção de todos, sem distinção de condições lingüísticas, sensoriais, cognitivas, físicas, emocionais, éticas, sócio-econômicas e requer sistemas educacionais planejados e organizados que dêem conta da diversidade dos alunos e ofereçam respostas adequadas às suas características e necessidades. As diferenças são vistas não como obstáculos para o cumprimento da ação educativa, mas, sim, como fatores de enriquecimento.

Para pôr em prática políticas de inclusão, faz-se necessário o desenvolvimento de ações educacionais que removam barreiras (atitudinais, educacionais e arquitetônicas) para que a aprendizagem pretendida seja alcançada.

Entretanto, para sair do campo das intenções e chegar à prática inclusiva existe uma série de ações que precisam ser desenvolvidas ou continuadas. Ressaltamos a necessidade de uma formação inicial e continuada para os professores e todos os envolvidos no processo, bem como, a importância de parcerias entre as instituições de ensino, do trabalho e setores empresariais para o desenvolvimento dessas políticas.

Aspectos integrantes da Legislação: Decreto nº 3.298/99 e Lei nº 9394/96

•Princípios

A Política Nacional para a Integração da Pessoa com Deficiência, em consonância com o Programa Nacional de Direitos Humanos, obedecerá aos seguintes princípios:

I. Desenvolvimento de ação conjunta do Estado e da sociedade civil, de modo a assegurar a plena integração da pessoa portadora de deficiência no contexto socioeconômico e cultural;

II. Estabelecimento de mecanismos e instrumentos legais e operacionais que assegurem às pessoas portadoras de deficiência o pleno exercício de seus direitos

básicos que, decorrentes da Constituição e das leis, propiciam o seu bem-estar pessoal, social e econômico; e;

III. Respeito às pessoas portadoras de deficiência, que devem receber igualdade de oportunidades na sociedade por reconhecimento dos direitos que lhe são assegurados, sem privilégios ou paternalismos.

A Lei nº 9.394/96, que estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional, em seu Art. 4º preceitua que o atendimento educacional especializado aos portadores de deficiência deve ser feito, preferencialmente, na rede regular de ensino.

Por outro lado o Art. 59 estabelece:

Art. 59. “Os sistemas de ensino assegurarão aos educandos com necessidades especiais”:

I. Currículos, métodos, técnicas, recursos educativos e organização específica, para atender às suas necessidades;

II. Terminalidade específica para aqueles que não puderem atingir o nível exigido para a conclusão do ensino fundamental, em virtude de suas deficiências, e aceleração para concluir em menor tempo o programa escolar para os superdotados;

III. Professores com especialização adequada em nível médio ou superior, para atendimento especializado, bem como professores de ensino regular capacitados para a integração desses educandos nas classes comuns;

IV. Educação especial para o trabalho, visando a sua efetiva integração na vida em sociedade, inclusive condições adequadas para os que não revelarem capacidade de inserção no trabalho competitivo, mediante articulação com os órgãos oficiais afins, bem como para aqueles que apresentam uma habilidade superior nas áreas artísticas, intelectual ou psicomotora;

V. Acesso igualitário aos benefícios dos programas sociais suplementares disponíveis para o respectivo nível do ensino regular.

Objetivando promover o acesso e a inclusão das pessoas com necessidades educacionais especiais em todas as ofertas educacionais da Faculdade, fundamentado nos princípios do direito ao exercício da cidadania e da integração ao mundo do

trabalho, algumas ações se tornam necessárias, tais como a implementação dos seguintes aspectos:

- Acessibilidade

Para que se efetive, devem ser observados:

a) O mapeamento da rede física, do mobiliário e dos equipamentos da Faculdade, com vistas a conhecer as necessidades de reforma e reaparelhamento;

b) Adequação da rede física, do mobiliário e dos equipamentos da Faculdade para atender a nova proposta;

c) A promoção de estudos que visem sistematização e a adequação dos currículos para atender aos diferentes níveis de ensino, modalidades de atendimento e necessidades educativas dos novos alunos.

d) Criação de um núcleo de apoio com sede na Instituição.

- Adequação dos procedimentos metodológicos e avaliativos em função de atender as necessidades educativas do aluno.

- Capacitação permanente para professores e técnicos administrativos.

- Parcerias com instituições diversas, objetivando a captação de recursos financeiros, destinados a equipar salas de apoio.

- Sensibilização da comunidade interna acerca dos direitos e deveres das pessoas com necessidades educacionais especiais.

- Garantia da permanência do aluno com necessidades educacionais especiais nas salas regulares de ensino, com atendimento das necessidades específicas nas salas de apoio e as devidas adaptações curriculares.

- Integração dos PNE nas atividades artísticas e culturais da instituição e oferecendo, quando necessário, atendimento individualizado.

- Realização de um trabalho conjunto com as Coordenações de Curso para encaminhar o educando ao mundo de trabalho através do Setor de Recursos Humanos da Faculdade.

- Oferta de formação inicial e continuada, visando a inserção dessas pessoas na sociedade e no mundo de trabalho.

•Acesso a níveis mais elevados de ensino e pesquisa e atividades artísticas de acordo com a capacidade de cada um.

•Quebra de barreiras arquitetônicas e atitudinais.

Alguns princípios a serem adotados:

•Flexibilidade – ou seja, a não obrigatoriedade de que todos os alunos atinjam o mesmo grau de abstração ou conhecimento, num tempo determinado;

•Acomodação – considerar que o planejamento de atividades para uma turma, deve levar em conta a presença de alunos com necessidades especiais e, portanto, contemplá-los na programação;

•Trabalho simultâneo, cooperativo e participativo, entendido como a participação dos alunos com necessidades especiais nas atividades desenvolvidas pelos demais colegas, embora não o façam com a mesma intensidade, nem necessariamente com a mesma ação ou grau de abstração.

A Faculdade, estabelecida em Cascavel - PR possui uma estrutura arquitetônica construída na década de 90, com a visão do contexto atual, no que se refere à questão da acessibilidade; por isto do tratamento diferenciado nas questões de mobiliário, atendimento ao público, área especial para embarque e desembarque, sinalização e, principalmente a circulação e acesso aos ambientes diversos de atividade estão dispostos dos seguintes requisitos:

04 vagas no estacionamento devidamente sinalizadas;

01 rampa de acesso ao pavimento térreo;

01 rampa de acesso aos blocos de sala de aula;

01 porta de acesso à biblioteca;

01 corrimão de acesso às salas de aulas;

01 rampa de acesso ao segundo nível do terreno;

01 rampa de acesso ao laboratório de Informática;

01 rampa de acesso ao auditório;

01 BWC no Bloco “A”;

01 BWC no Bloco “B”;

02 Telefones adaptados;



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas de Cascavel

Av. Tito Muffato, 2317 – Bairro Santa Cruz

85806-080 – Cascavel – PR

Fone: (45) 3036-3636 - Fax: (45) 3036-3638

<http://www.univel.br>

01 sala especial com computadores aos alunos.

Como se vê, várias ações estão intrinsecamente ligadas à adequação/melhoria da infra-estrutura física da Instituição e à aquisição de equipamentos específicos destinados aos portadores de cada tipo de necessidade educativa especial. Assim sendo, a Faculdade, têm como política a priorização da inclusão dos PNE, em sua comunidade acadêmica.

23. ANEXOS

23.1 Regulamento das Atividades Complementares

Art. 1º - As atividades complementares do curso superior de tecnologia em Gestão Comercial, que são obrigatórias para todos os alunos, dividem-se em seis categorias assim discriminadas:

Categoria A – Atividades de Extensão

Categoria B – Palestras, Seminários, Congressos e Conferências

Categoria C – Atividades de Pesquisa e Iniciação Científica

Categoria D – Voluntariado

Categoria E – Monitoria

Categoria F – Disciplinas não previstas no currículo pleno do curso

Art. 2º - As atividades complementares no curso superior de tecnologia em Gestão Comercial terão carga horária de 80 horas, equivalentes a 5% da carga horário total do curso, devendo seu cumprimento distribuir-se, preferencialmente, ao longo do curso.

Art. 3º - As Atividades de Extensão (Categoria A) ensejam incluir pra fins de aproveitamento o registro no histórico escolar os seguintes tipos:

- a) Participação em cursos de extensão ofertados pela instituição ou por outras instituições de ensino, desde que relacionados às áreas de formação profissional do curso.
- b) Participação em projetos comunitários e/ou sociais relacionados às áreas de formação profissional do curso.
- c) Envolvimento na organização de eventos acadêmicos, tais como seminários científicos, semanas acadêmicas, entre outros.

Art. 4º - A Categoria B envolve a participação do aluno em palestras, seminários, congressos e conferências acadêmicas, desde que devidamente comprovada e que tenham relação com as áreas de formação profissional do curso.

Art. 5º - As atividades de Pesquisa e Iniciação Científica (Categoria C), sujeitam-se aos seguintes tipos.

- a) Participação e desenvolvimento de projetos de iniciação científica vinculados ao Centro de Pesquisa e Extensão da Univel.
- b) Participação em projetos de pesquisa vinculados ao Centro de Pesquisa e Extensão da Univel.
- c) Trabalhos publicados em periódicos acadêmico-científicos.
- d) Participação em eventos de iniciação científica ou em congressos científicos relacionados aos projetos desenvolvidos pelo aluno.

Art. 6º - O Voluntariado (Categoria D) compreende a participação do aluno em atividades e projetos voluntários desenvolvidos com o intuito de prestação de serviços junto a sociedade, podendo estar vinculados a outros projetos da instituição.

Art. 7º - A Categoria E compreende a participação do aluno em atividades de monitorias em disciplinas do curso no qual o mesmo está matriculado.

Art. 8º - A Categoria F contempla as seguintes modalidades:

- a) Disciplinas não previstas na grade curricular obrigatória do curso ofertadas pela instituição, disciplinas de outras IES.
- b) Cursos de idiomas freqüentados durante o transcorrer do curso.

Art. 9º - Caberá à Coordenação do Curso:

- a) Aprovar o relatório final de Atividades Complementares de cada aluno.
- b) Exigir a comprovação documental pertinente para que seja anotada na Univel.
- c) Controlar o lançamento das atividades cumpridas na ficha individual do aluno.

d) Remeter a Secretaria da Univel o relatório final das Atividades Complementares realizadas pelo aluno e a respectiva carga horária computada, para fins de registro no histórico escolar correspondente.

Parágrafo Único – Os documentos comprobatórios das Atividades Complementares, depois de anotados na ficha individual do aluno, com a indicação do tipo de atividade desenvolvida e da carga horária computada, serão devolvidos aos alunos, que terão a responsabilidade de guardá-los até a obtenção do diploma.

Art. 10º - É da exclusiva competência da Coordenação do Curso a aprovação do relatório final de Atividades Complementares e a distribuição das horas dispendidas em tais atividades por cada aluno contemplando os limite mínimos fixados neste regulamento.

Parágrafo Único – Caberá ao Coordenador do curso tomar as providências necessárias para evitar abusos e fraudes. Poderá, ainda, estipular o prazo máximo para a entrega do relatório final de Atividades Complementares pelo formando.

Art. 11º - Este regulamento entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

23.2 Regulamento do Plano de Negócios

Considerações Iniciais

O presente manual tem por finalidade normatizar a elaboração do Plano de Negócios da UNIVEL do Curso de Gestão Comercial.

O Plano de Negócio é realizado na disciplina Plano de Negócios e tem como característica principal a elaboração de um trabalho escrito que deverá ser apresentado oralmente perante professores e o público em geral.

O trabalho será desenvolvido em equipe composta por no máximo 2 (dois) alunos.

Objetivo do Plano de Negócios

O desenvolvimento dessa modalidade servirá como estímulo ao aluno para a abertura ou ampliação de seu próprio negócio, ou desenvolvimento de um novo produto uma vez que a Missão da UNIVEL visa também a formação de empreendedores.

Prazo de Elaboração

O prazo para a entrega do presente plano será definido pela coordenação do curso.

Os alunos, cujo Plano de Negócios não for entregue dentro do prazo estabelecido serão considerados reprovados e deverão cumprir a disciplina no próximo ano.

Conteúdo do Plano

O Plano de Negócios deverá conter:

- Diagnóstico do ambiente de negócios, analisando cenários e tendências, fatores sócio-políticos, econômicos, tecnológicos, culturais entre outros, assim como a

análise de oportunidades e ameaças no ambiente externo e pontos fortes e pontos fracos no ambiente interno.

- Análise de Viabilidade Mercadológica, através de pesquisas e observação empírica, demonstrando a viabilidade de mercado da idéia básica do negócio/produto/serviço que pretende desenvolver, ou seja, os dados levantados e análise desses dados deverão ser convincentes no sentido de provar a existência de mercado consumidor real e/ou potencial, atendido ou não, para o produto/serviço em questão, em escala adequada e a preços realistas e compatíveis com os já praticados. Levantamento e avaliação da concorrência, bem como das tecnologias disponíveis, bem como do mercado fornecedor, dados que contribuem de maneira decisiva para a análise de viabilidade.
- Análise de Viabilidade Técnica – parte do trabalho onde se estimam os investimentos e gastos operacionais, identificando e quantificando todos os recursos necessários para implantação e operação do novo negócio, tais como: levantamento de custo de matéria-prima, de mão-de-obra, móveis e instalações, equipamentos, estrutura, tecnologia de produto e processo disponíveis.
- Análise de Viabilidade Econômica/Financeira – de posse dos levantamentos anteriores o acadêmico deverá proceder as análises econômicas/financeiras gerando os fluxos de caixa, DRE (demonstrativo do resultado do exercício), *Payback* (período de retorno do investimento), TIR (taxa interna de retorno), ponto de equilíbrio, capacidade de pagamento, entre outras. Essa abordagem é indispensável para concluir pela viabilidade ou não do empreendimento a ser implantado.
- Projeto da Organização – contendo documentação necessária a abertura de empresas, estrutura da empresa, *layout* (arranjo físico) e comunicação visual, descrição e atribuições de cada cargo, organograma, instrumentos de planejamento estratégico e controle, políticas gerais e setoriais.

Esta modalidade pode culminar com projetos viáveis ou não viáveis. O trabalho será avaliado e o aluno terá sua nota pela realização e apresentação do trabalho independente sua viabilidade ou não.

Estrutura do Plano de Negócios

O Plano de Negócios será realizado com base em um Projeto de criação, ampliação de empresa ou desenvolvimento de novo produto, a ser preparado em conformidade com a metodologia de elaboração de projetos de pesquisa e de acordo com as diretrizes fixadas pela coordenação do curso.

A estrutura do Plano de Negócios deverá conter os seguintes itens:

1. Capa
2. Folha de aprovação
3. Agradecimento
4. Dedicatória
5. Epígrafe
6. Sumário
7. Introdução
8. Caracterização do empreendimento
9. Enquadramento tributário
10. Capital social
11. Análise ambiental
12. Plano operacional
13. Estratégia competitiva
14. Plano de marketing e comercialização
15. Plano de pessoal
16. Plano financeiro
17. Conclusão
18. Referências
19. Apêndices
20. Anexos

Para a formatação do Plano em questão deverão ser seguidas as normas da ABNT e seguido os exemplos no **Apêndice D**.

Carga Horária

A carga horária do Plano de Negócios é de 80 horas aulas divididas entre elaboração e apresentação do trabalho(80%), orientação presencial (20%).

Os acadêmicos deverão cumprir no mínimo 75% do total de horas previstas na orientação presencial e 100% do total das horas de elaboração e apresentação.

Das Orientações

A coordenação de curso elaborará um calendário de orientação do Plano em horários que não prejudiquem o andamento das aulas normais.

A cada orientação, a equipe deverá assinar a lista de orientação do Plano de negócios em poder professor orientador.

As faltas às orientações poderão ser justificadas através de documento protocolado, dentro de 48 horas após a ocorrência da mesma, desde que atenda a legislação vigente.

Datas das orientações:

15/09/2012 – Prof. Rui Eduardo Ferro São Pedro

29/09/2012 – Prof. Sandro Viapianna

06/10/2012 – Prof. Sandro Viapianna

20/10/2012 – Dimas José Detoni

Avaliação do Plano de Negócios

A Avaliação do Plano de Negócios consiste do trabalho escrito e da comunicação oral e será apurada na apresentação.

A apresentação do Plano será realizada em 30 minutos, em que o acadêmico terá 15 minutos para sua apresentação e os professores terão mais 15 minutos para suas argüições.

O resultado final da avaliação pelos professores é expresso por meio de notas na escala de 0 (zero) a 10 (dez), com uma casa decimal.

É considerado aprovado o aluno que obtiver nota igual ou superior a 7 (sete). A nota final é resultante de avaliação do relatório e da comunicação oral do Plano de Negócios.

Os professores avaliarão o trabalho, analisando o conteúdo, a forma lógica, coerência, elaboração dentro das normas técnicas vigentes, o uso correto da linguagem, e estrutura, bem como a apresentação.

A banca em sua avaliação também levará em conta o processo de atuação da equipe, tais como: assiduidade nas orientações, interesses, idéias, prazos de entrega de documentos, entre outros.

Da Forma de Entrega para Banca Examinadora

A entrega do Plano será em duas versões.

A primeira versão do Plano constitui no relatório a ser protocolado no dia 14.11.2012, que deve ser encadernada em espiral, em 03 (duas) vias.

A segunda versão do Plano que constitui no relatório final, contendo as correções orientadas pelos professores em banca que deverão ser encadernada em capa dura, cor preta com letras douradas, em 01 (uma) via que farão parte do acervo da biblioteca. Esta versão final deverá ser protocolada até o dia 04.12.2012

Apresentação Oral do Trabalho

A comunicação oral dos Planos de Negócios será pública perante a banca, constituída de até 3(três) professores da UNIVEL no dia 24.11.2012.

No momento da comunicação oral são apresentados os resultados da pesquisa. Podem ser utilizados recursos audiovisuais como Data Show ou Retro-projetor.

Fraudes no Trabalho

Nos casos de constatação de Plágio ou quando comprovado que o trabalho apresentado não foi elaborado pelos acadêmicos, será atribuída nota 0 (zero) o que acarretará na reprovação da equipe.

Reprovação

Será considerado reprovado no Plano de Negócios o aluno que:

- Não cumprir 75% do total de horas previstas para orientações;
- Obter média inferior a 7,0 pontos;
- Utilizar-se de quaisquer métodos fraudulentos na elaboração, levantamento, coleta e análise de dados, assim como na apresentação.

Considerações Finais

A equipe que considerar que o trabalho não deve fazer parte do acervo da biblioteca deverá protocolar justificativa plausível, cuja solicitação será avaliada.

Os casos especiais ou omissos serão resolvidos pelo Colegiado do Curso de Gestão Comercial, mediante requerimento formalizado pelo acadêmico à Coordenação do Curso de Gestão Comercial.

23.3 Apêndice B - Dicas para a Elaboração do Trabalho

PARA USAR NO REFERENCIAL TEÓRICO

Arnold (1999), analisa que

Alguns fatores analisados por Kotler (1999) são.....

Heinritz e Farrel (1988) afirmam que

Para Gurgel (1996)

Segundo Fischer (2004) cada.....

Martins (2003) esclarece que salienta..... estabelece..... adverte....

De acordo com Seltitz (2000) pode-se

Ainda, Hoffmann (1999).....

Chiavenato (1995), corroborando com o mesmo pensamento, afirma que.....

Complementa ainda o autor.....

Hoji (2003), ainda destaca algumas.....

Nesse sentido, Gitman (2004)

Ainda na opinião de Gitman (2004).....

Já Zacarelli (1999) diz que

Sob este enfoque, segundo Cordeiro (2002)

No entendimento de Oliveira (1986)

Meggison (2002), por sua vez, entende que.....

Ansoff (1993) explica que.....

Fischmann (2001) ressalta que.....

Corroborando com o mesmo pensamento, Daft (1999) também alerta

Rebouças (1988) sustenta que.....

Entre os autores que tratam da matéria em questão, Porter (1990), destaca que.....

Conforme a análise de Rebouças (1993), a postura.....

Corroborando com as postulações dos demais autores, Daft (1993).....

Nestes termos e com o mesmo pensamento, Sandroni (1996) lembra que...

TERMOS PARA USAR NA ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

- Neste quesito o pesquisado demonstra...
- Esta questão revela....
- A pesquisa mostrou que...

- A pesquisa revelou que...
- Quando questionados sobre...
- Nesta questão foi perguntado...
- Todas as pessoas que participaram da pesquisa demonstraram que...
- Os dados coletados apontam que 96% dos entrevistados...
- Esta questão serviu para ...
- Constatou-se que 44% dos entrevistados...
- Verifica-se nesta questão que...
- Observou-se que 36% dos entrevistados...
- No gráfico 2 verifica-se que...
- Dos entrevistados 24% usam ou acham que...

23.4 Apêndice C - Modelo de Capa Dura

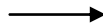
A capa é parte obrigatória, na qual as informações são descritas na seguinte ordem:

- a) Nome da Instituição (centralizado, em letras maiúsculas e em negrito, à margem superior de 3 cm);
- b) Nome do autor (centralizado, em letras maiúsculas e em negrito, a um espaço duplo do nome da Instituição);
- c) Título do trabalho (centralizado, em letras maiúsculas e em negrito, com distribuição equilibrada, e na mesma fonte de texto; títulos com mais de uma linha são transcritos em espaçamento simples, sempre centralizados, sem divisão silábica de palavras);
- d) Subtítulo (se houver, este também será transcrito em letras maiúsculas, a um espaço duplo, abaixo do título, precedido de dois pontos);
- e) Local (centralizado, em letras maiúsculas e em negrito);

- f) Ano da entrega do trabalho (centralizado, na última linha da folha, em negrito, abaixo do local, separado por espaço simples);

Exemplo:

Preto



Letras em
Dourado



**UNIÃO EDUCACIONAL DE CASCAVEL -
UNIVEL**

**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS DE CASCAVEL**

<NOME DO ALUNO>

TÍTULO DO TRABALHO

CASCAVEL

2008

LOMBADA (CAPA DURA)

A lombada é um elemento obrigatório somente para os trabalhos destinados à biblioteca. As informações devem ser impressas da seguinte forma:

- a) Nome ou sigla da Instituição (impresso no alto do trabalho);
- b) Título do trabalho (impresso longitudinalmente do pé para o alto da lombada);
- c) Ano (na parte inferior da lombada).

Exemplo:

