

## PLANO PEDAGÓGICO E METODOLÓGICO DOS CURSOS DO PROGRAMA PRÓ-EMPREGO

**Cursos de qualificação e aperfeiçoamento profissional no eixo tecnológico Gestão e Negócios e segmento Comércio, na modalidade Educação à distância:**

<b>CURSO 1</b> <b>Título do Curso:</b> OPERAÇÕES DE VENDAS: PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS E AÇÕES DE MARKETING <b>Carga Horária:</b> 120h
<b>CURSO 2</b> <b>Título do Curso:</b> OPERAÇÕES DE VENDAS: PLANEJAMENTO DE AÇÕES DE MARKETING E TÉCNICAS DE VENDAS <b>Carga Horária:</b> 180h
<b>CURSO 3</b> <b>Título do Curso:</b> OPERAÇÕES DE VENDAS: ESTRATÉGIAS DE IMPLANTAÇÃO E MELHORIA DE PROCESSOS. <b>Carga Horária:</b> 240h
<b>CURSO 4</b> <b>Título do Curso:</b> OPERAÇÕES DE VENDAS: DO PLANEJAMENTO À GESTÃO DE EQUIPES. <b>Carga Horária:</b> 300h

**Público-Alvo:**

Trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo.

**Requisitos de acesso:**

- Idade mínima: 16 Anos
- Escolaridade: Ensino fundamental Completo

Os requisitos de acesso indicados neste plano de curso consideram as especificidades técnicas da ocupação e legislações vigentes que versam sobre idade mínima, escolaridade e experiências requeridas para a formação profissional e exercício de atividade laboral. Cabe a cada Conselho Regional a aprovação de alterações realizadas neste item do plano de curso, desde que embasados em parecer da Diretoria de Educação Profissional.

## JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

Atualmente, os consumidores costumam chegar ao momento de compra após ampla pesquisa em meios digitais, tendo em mãos comparativos de preços e informações elaboradas sobre os produtos/serviços que desejam adquirir. Dessa forma, os vendedores precisam conhecer minuciosamente os setores de atuação para fornecer informações assertivas e atualizadas, que contribuam com a negociação e acelerem o processo de decisão dos clientes. Os profissionais especialista em processos de Marketing e Vendas são os profissionais que participam dos processos de planejamento, desenvolvimento e aplicação dos processos de marketing, pesquisando dados e informações. Apoiando a execução das ações planejadas e os processos de pré-venda, venda e pós-venda. Atendem à demanda de clientes internos e externos, relacionando-se com equipes de diversos setores. Estes profissionais atuam nos processos relativos às ações de marketing e comercialização em organizações dos segmentos de comércio de bens, serviços e turismo e demais segmentos econômicos.

### Objetivo geral:

Formar profissionais com competências para atuar e intervir em seu campo de trabalho, com foco em resultados.

### Objetivos específicos:

- Promover o desenvolvimento do aluno por meio de ações que articulem e mobilizem conhecimentos, habilidades, valores e atitudes de forma potencialmente criativa e que estimule o aprimoramento contínuo;
- Estimular, por meio de situações de aprendizagens, atitudes empreendedoras, sustentáveis e colaborativas nos alunos;
- Promover uma avaliação processual e formativa com base em indicadores das competências, que possibilitem a todos os envolvidos no processo educativo a verificação da aprendizagem;
- Incentivar a pesquisa como princípio pedagógico e para consolidação do domínio técnico-científico, utilizando recursos didáticos e bibliográficos.

O Modelo Pedagógico Senac estrutura os componentes curriculares dos cursos com base nos fazeres profissionais – as competências. Segue detalhamento dos cursos com as unidades curriculares e respectivas competências:



#### DETALHAMENTO DAS UNIDADES CURRICULARES:

##### UC - PLANEJAMENTO DE AÇÕES DE MARKETING E VENDAS

**Competência:** Auxiliar no planejamento, o desenvolvimento e a aplicação do composto de *marketing* das organizações.

**Carga horária:** 120 horas

**Conhecimentos;**

- *Marketing*: conceito, fundamentos e composto de marketing;
- Tipos de *marketing*: direto, de serviços, de relacionamento, de varejo e atacado, social, digital, entre outros;
- Pesquisa de *marketing*: formulação do problema (objetivo), tipos (fontes primárias e secundárias), instrumentos, formas de aplicação, tabulação de dados, análise de informação, apresentação do resultado e tomada de decisão;
- Comportamento do consumidor: aspectos psicológicos, econômicos, sociais e demográficos;
- Segmentação: conceitos, tipos e nicho de mercado;
- Posicionamento mercadológico: conceito, objetivos e estratégias;
  - Plano de ação de *marketing*: definição, elementos constitutivos, execução, acompanhamento e controle;
- Ambiente de marketing: variáveis internas (clientes, fornecedores, entidades reguladoras, concorrentes) e variáveis externas (político/legal, econômico, sociocultural, demográfico, naturais, tecnológico);
- Meios de comunicação: conceito, abrangência e formato;
- Noções de plataformas, operação e gestão para o *e-commerce* no Brasil.

#### **Habilidades:**

- Comunicar-se de forma oral e escrita com clareza e objetividade;
- Gerenciar tempo e atividades de trabalho;
- Pesquisar e organizar dados e informações;
- Ter visão sistêmica;
- Negociar com pessoas em situações adversas;
- Utilizar recursos de tecnologia da informação e comunicação;
- Trabalhar em equipe.

#### **Atitudes/Valores:**

- Cortesia no atendimento aos clientes internos e externos;
- Zelo na apresentação pessoal e postura profissional;
- Colaboração com colegas e equipes de trabalho;
- Proatividade na movimentação de documentos e disponibilização das informações;
- Responsabilidade no cumprimento de prazos estabelecidos;
- Criatividade e inovação na concepção e execução das ações de marketing.

## UC - PROCEDIMENTOS E TÉCNICAS DE VENDAS

**Competência:** Executar atividades de apoio administrativo em processos comerciais.

**Carga horária:** 60 horas

### Conhecimentos:

- Plano de vendas: conceito, elementos constitutivos, segmentação do público, formas de acompanhamento, estabelecimento de metas, interface com o planejamento estratégico de marketing;
- Ferramentas de vendas: cronograma e roteiro de visitas, propostas de vendas, gráficos de metas, cadastros de vendas, carteira de clientes, portfólio de produtos e serviços;
- Tipos de venda: interna, externa, presencial e a distância;
- Fases da venda: pré-venda, venda, pós-venda;
- Gestão de vendas: acompanhamento, controle e análise dos resultados;
- Equipe de vendas: composição, formas de atuação, escala e plantões de trabalho;
- Recursos e infraestrutura para a venda: materiais promocionais, pontos de venda, embalagem, entre outros;
- Documentos: contrato comercial, solicitação de serviço.

### Habilidades:

- Comunicar-se de forma oral e escrita com clareza e objetividade;
- Gerenciar tempo e atividades de trabalho;
- Pesquisar e organizar dados e informações;
- Ter visão sistêmica;
- Negociar com pessoas em situações adversas;
- Utilizar recursos de tecnologia da informação e comunicação;
- Trabalhar em equipe.

### Atitudes/Valores:

- Cortesia no atendimento aos clientes internos e externos;
- Zelo na apresentação pessoal e postura profissional;
- Colaboração com colegas e equipes de trabalho;
- Proatividade na movimentação de documentos e disponibilização das informações;

- Responsabilidade no cumprimento de prazos estabelecidos.

## **UC - PRÁTICAS E TÉCNICAS DE MELHORIA DE PROCESSOS COMERCIAIS E ORGANIZACIONAIS**

**Competência:** Auxiliar o planejamento e a execução de melhorias dos processos organizacionais.

**Carga horária:** 60 horas

### **Conhecimentos:**

- Qualidade: conceitos, princípios, padronização de procedimentos, definição de indicadores, definição de prioridades e monitoramento de processos;
- Mapeamento de processos: conceito, identificação, normas e procedimentos, inter-relação dos processos;
- Indicadores de desempenho: definição, tipos e formas de monitoramento;
- Sistemas de gestão da qualidade e certificações: conceito, finalidades, registros, auditorias;

Metodologias: conceitos, características e finalidades – *Plan, Do, Check, Act* (PDCA).

### **Habilidades:**

- Comunicar-se de forma oral e escrita com clareza e objetividade;
- Gerenciar tempo e atividades de trabalho;
- Pesquisar e organizar dados e informações;
- Ter visão sistêmica;
- Trabalhar em equipe;
- Reconhecer os processos organizacionais e suas inter-relações;
- Negociar com pessoas em situações adversas;
- Utilizar recursos de tecnologia da informação e comunicação.

### **Atitudes/Valores:**

- Cortesia no atendimento aos clientes internos e externos;
- Zelo na apresentação pessoal e postura profissional;
- Colaboração com colegas e equipes de trabalho;
- Proatividade na movimentação de documentos e disponibilização das informações;
- Responsabilidade no cumprimento de prazos estabelecidos;
- Capacidade de posicionar-se propondo soluções viáveis.

## UC- TÉCNICAS DE GESTÃO DE PESSOAS PARA EQUIPES DE VENDAS

**Competência:** Apoiar e executar ações pertinentes a desenvolvimento de pessoas, retenção e avaliação de desempenho.

**Carga horária:** 60 horas

### Conhecimentos:

- Recrutamento de pessoal – conceitos, etapas e tipos de recrutamento – interno, externo e misto; formas de anúncio e divulgação; canais de comunicação; fontes de pesquisa.
- Seleção de pessoas – conceito, etapas e técnicas, aplicação e responsabilidade.
- Ambientação do novo empregado: conceito e informações pertinentes.
- Planos de desenvolvimento individual e coletivo: conceito e finalidade.
- Avaliação de desempenho: conceito, objetivos, finalidade, responsabilidade e contribuições para a gestão de recursos humanos, etapas e cronograma, cenários e tendências; avaliação de desempenho em período de experiência.
- Feedback da avaliação de desempenho: conceito.
- Liderança, trabalho em equipes e motivação.

### Habilidades:

- Relacionar dados e informações dos candidatos às demandas da vaga.
- Interagir com equipes multidisciplinares da organização e externas.
- Resolver conflitos inerentes ao processo de trabalho.
- Interagir com equipes multidisciplinares da organização.
- Ter visão sistêmica da interrelação entre processos e setores da organização.

### Atitudes/Valores:

- Cordialidade no atendimento a clientes internos e externos.
- Postura profissional e apresentação pessoal apropriadas ao ambiente organizacional.
- Sigilo na circulação de dados, informações e documentos dos empregados e da organização.
- Responsabilidade no cumprimento dos prazos estabelecidos nos procedimentos.
- Atitude sustentável com relação aos recursos disponibilizados pela organização.

## ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

As orientações metodológicas deste curso, em consonância com a Proposta Pedagógica do Senac, pautam-se pelo princípio da aprendizagem com autonomia e pela metodologia de desenvolvimento de competências, estas entendidas como *ação/fazer profissional observável, potencialmente criativo(a), que articula conhecimentos, habilidades e atitudes/valores e que permite desenvolvimento contínuo.*

A mobilização e a articulação dos elementos da competência requerem a proposição de situações desafiadoras de aprendizagem, que apresentem níveis crescentes de complexidade e se relacionem com a realidade do aluno e com o contexto da ocupação.

As atividades relacionadas ao planejamento de carreira dos alunos devem ocorrer de forma concomitante ao desenvolvimento da marca formativa Atitude Empreendedora. Recomenda-se que o tema seja abordado no início das primeiras unidades curriculares do curso e revisitado no decorrer de toda a formação. A partir da reflexão sobre si mesmo e sobre a própria trajetória profissional, os alunos podem reconhecer possibilidades de atuação na perspectiva empreendedora e elaborar estratégias para identificar oportunidades e aprimorar cada vez mais suas competências. O docente pode abordar com os alunos o planejamento de carreira a partir dos seguintes tópicos:

- i) *ponto de partida*: momento de vida do aluno, suas possibilidades de inserção no mercado, fontes de recrutamento e seleção, elaboração de currículo, remuneração oferecida pelo mercado, competências que possui e seu histórico profissional;
- ii) *objetivos*: o que o aluno pretende em relação à sua carreira a curto, médio e longo prazo, e;
- iii) *estratégias*: o que o aluno deve fazer para alcançar seus objetivos.

Esse plano de ação tem como foco a iniciativa, a criatividade, a inovação, a autonomia e o dinamismo, na perspectiva de que os alunos possam criar soluções e buscar formas diferentes de atuar em seu segmento.

### **Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)**

Toda a operação do curso se dá por meio de um ambiente virtual de aprendizagem (AVA), onde o aluno terá acesso a todos os conteúdos e atividades do curso que serão disponibilizados de acordo com o cronograma e o seu desempenho.

O estudante terá o acompanhamento de tutores especialistas nos conteúdos durante o curso, realizando a correção das atividades e dando suporte por mensagens, fórum e interações online.

Os cursos a distância do Senac são compostos por ações virtuais formativas onde contemplam teoria e prática, utilizando para isso seminários, oficinas, webconferências entre outros recursos. Os materiais didáticos disponíveis são norteados por uma metodologia específica e são elaborados com uso de recursos visuais e interativos, incluindo tutoriais, animações, personagens, cenários, simuladores, entre outros objetos de aprendizagem que levam ao aluno resolver desafios.

Os cursos apresentam mínimo de 85% (oitenta e cinco por cento) de ações virtuais formativas denominadas cursos ou laboratórios; e até 15% (quinze por cento) de ações virtuais formativas denominadas seminários e oficinas. A frequência mínima exigida é de 75% (setenta e cinco por cento) do total de horas letivas com controle de presença pela entrega das atividades propostas.

#### **DIFERENCIAIS PARA QUEM ADQUIRE PRODUTOS COM A MARCA SENAC**

- Tecnologia própria de ensino com a garantia da marca SENAC;
- Docentes devidamente preparados, com plena atuação e atualização sobre as principais tendências do mercado de trabalho;
- Criteriosa metodologia e dinâmica de ensino, adequadas às características do curso;
- Avaliações durante o treinamento, visando medir o grau de aprendizagem e de satisfação dos alunos;
- Certificação nacionalmente reconhecida;
- Certificação ISO 9001:2008.