



GESTÃO COMERCIAL



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®



FADERGS
CENTRO UNIVERSITÁRIO

HISTÓRICO DO CENTRO UNIVERSITÁRIO FADERGS

O Centro Universitário FADERGS, credenciada em 2004 iniciou suas atividades em Porto Alegre, com a oferta de quatro habilitações no Curso de Graduação em Administração de Empresas.

Desde sua criação, o Centro Universitário FADERGS observa as necessidades educacionais em nível superior, alinhando propostas inovadoras de ensino e enfocando em suas ofertas a convergência entre as necessidades do mercado e as possibilidades de empreendimento que podem ser lidas em sua realidade. Ao oferecer suporte a este empreendimento educacional, a Mantenedora acrescenta qualidade e inovação em sua oferta para a Educação Superior, demarcando a sua participação comunitária através de uma prática diferenciada de formação.

Vale destacar que, a partir do ano de 2008, o Centro Universitário FADERGS passou a integrar a Rede Laureate International Universities, caracterizada por ser a maior rede mundial de instituições de ensino superior privada. Essa aliança revelou-se uma excelente oportunidade de fortalecer as competências necessárias para o cumprimento de sua missão institucional.

Sem deixar de lado a observação ao contexto regional, a FADERGS passou a proporcionar aos integrantes da comunidade acadêmica a possibilidade de realizar programas internacionais de intercâmbio nas demais instituições da Rede. Desse modo, evidencia-se o diferencial da instituição e o seu compromisso na preparação de profissionais capacitados para atuar em uma sociedade do conhecimento.

Atualmente, o Centro Universitário FADERGS oferece dezenas de cursos de bacharelado e de cursos superiores de tecnologia.

Para dar conta de capacitar profissionais para um mundo globalizado, a FADERGS tem como **missão** “expandir o acesso à educação superior de qualidade, assegurando a formação de cidadãos e profissionais empreendedores, capazes de fazer do mundo um lugar melhor”. Já a **visão** do Centro Universitário FADERGS, enquanto instituição pertencente a maior rede mundial de instituições de ensino privada, é “ser a melhor e a maior Instituição de Ensino Superior do seu segmento, na região metropolitana de Porto Alegre, preparando profissionais aptos a atuar de forma empreendedora na sociedade do conhecimento”.

Para o Centro Universitário FADERGS, a cultura empreendedora é uma postura que ajuda os estudantes em suas reflexões e na formação de uma visão ampla e crítica do mundo do trabalho. Independentemente dos profissionais formados na Instituição, seguirem carreira no setor público ou privado, estes terão vivenciado um aprendizado voltado ao estímulo a uma atuação proativa e uma postura positiva de empreender projetos. Empreender é também planejar e executar ações que resultem no objetivo traçado.

A estrutura acadêmica do Centro Universitário FADERGS constitui-se em três áreas de conhecimento: Negócios, Saúde e Bem-estar e Formação Jurídica.

SOBRE O CURSO (esta parte não ficou específica do curso) Há informações que deveriam ser retiradas, pois o texto ficou sem foco e muito pesado)

A oferta do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial se justifica por duas questões principais: a primeira é a necessidade de formação superior na área tecnológica, voltada essencialmente ao acesso a novas oportunidades de emprego, à melhoria do desempenho e à conseqüente ascensão profissional; a segunda é a necessidade de atender o público específico do curso, que, em grande parte, já se encontra inserido no mercado profissional.

Da mesma forma, o contexto socioeconômico brasileiro é representado por um mercado de trabalho vasto e permanentemente aquecido nos setores industrial, comercial e de serviços. Essa característica tem impactos no curso de duas formas: em primeiro lugar, no atendimento das

necessidades desse mercado específico; e, em segundo, na formação e na experiência profissional docente da área, que acaba refletindo na qualidade da oferta do curso.

Diante do contexto da área descrito e da constante procura por profissionais especializados na área gerencial e de processos, inclusive com capacidade de atuar nas mais distintas frentes de inserção do Brasil no mundo globalizado, a oferta do curso se justifica, sobretudo, em razão dos diferenciais do curso detalhados a seguir:

a) Curso planejado com desenvolvimento prévio de conteúdos.

O estudante do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial tem acesso a conteúdo sobre o ambiente organizacional e administrativo, previamente desenvolvidos pelas equipes docente, pedagógica e técnica.

b) Interdisciplinaridade

É resultado da aplicação dos conteúdos das disciplinas que compõem a matriz curricular. As disciplinas que congregam essa interdisciplinaridade são os Projetos Integradores, que estão pautados em métodos pragmáticos da atualidade científica e pedagógica do Ensino Superior. Dessa forma, espera-se promover a integração entre os conhecimentos obtidos nas diversas disciplinas e, também, fomentar a integração entre a teoria e a prática.

Cada projeto integrador é um trabalho que propõe ao estudante a construção da interdisciplinaridade durante seu desenvolvimento, estimulando-o a reconhecer o caráter multidisciplinar da profissão. Esses projetos são atividades em equipes, orientadas por um docente que auxiliará no cumprimento de cada etapa.

A interdisciplinaridade também é observada na organização das atividades, sendo que as questões dissertativas são baseadas em uma situação corporativa ou socioeconômica comum a todas as disciplinas, o que permite ao estudante compreender melhor a sinergia curricular, a inter-relação entre conceitos e a aplicação desses conteúdos na prática, contribuindo para o desenvolvimento de uma visão abrangente, necessária ao mundo dos negócios e ao processo decisório.

c) Internacionalização

O programa de intercâmbio é uma manifestação da internacionalidade da Instituição e do curso e permite que o estudante frequente cursos de curta duração fora do Brasil, em instituições da Rede Laureate, compartilhando experiências e exercitando a alteridade.

A Comunidade Internacional também torna tangível a internacionalização. Trata-se de um fórum virtual, oportunizando a interação entre estudantes de diferentes IES da rede, possibilitando o compartilhamento de ideias vindas de diferentes contextos socioculturais. Assim, o fórum é mais um mecanismo que busca a construção de uma rede de relacionamento de estudantes, o qual desconsidera fronteiras, estando alinhado ao PPI.

d) Empreendedorismo e inovação

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial oferece aos seus estudantes a disciplina de Empreendedorismo, e a de Fundamentos de Marketing, que visam a despertar o interesse pelo empreendedorismo e a discussão sobre a importância da inovação para a sustentabilidade dos negócios.

Os Projetos Integradores também reforçam as práticas empreendedoras e estimulam a criatividade e a inovação, visto que se trata de projetos práticos voltados para a criação de um novo empreendimento, bem como para a análise de sua viabilidade econômico-financeira.

As Atividades Complementares têm como finalidade enriquecer o processo de ensino-aprendizagem, privilegiando a complementação da formação social e profissional, estimulando a prática de estudos independentes, transversais, opcionais, de interdisciplinaridade, de permanente e contextualizada atualização profissional específica, sobretudo nas relações com o mundo do trabalho.

Estão incluídas, neste rol, a participação em eventos internos e externos à Instituição de educação superior, tais como: semanas acadêmicas, congressos, seminários, palestras, visitas técnicas, conferências, atividades culturais; cursos de extensão e/ou atualização acadêmica e profissional; atividades de iniciação científica, assim como de monitoria.

Essas atividades propiciam aos alunos a oportunidade de exercitar suas competências e habilidades em contatos, experimentos e vivências acadêmicas, internos ou externos ao curso, possibilitando a integração em diversas condições específicas, regionais e culturais que marcam o entorno do curso. Tais atividades são incorporadas às competências, habilidades e conhecimentos adquiridos em outras situações de aprendizagem, que não exclusivamente aquelas obtidas na sala de aula.

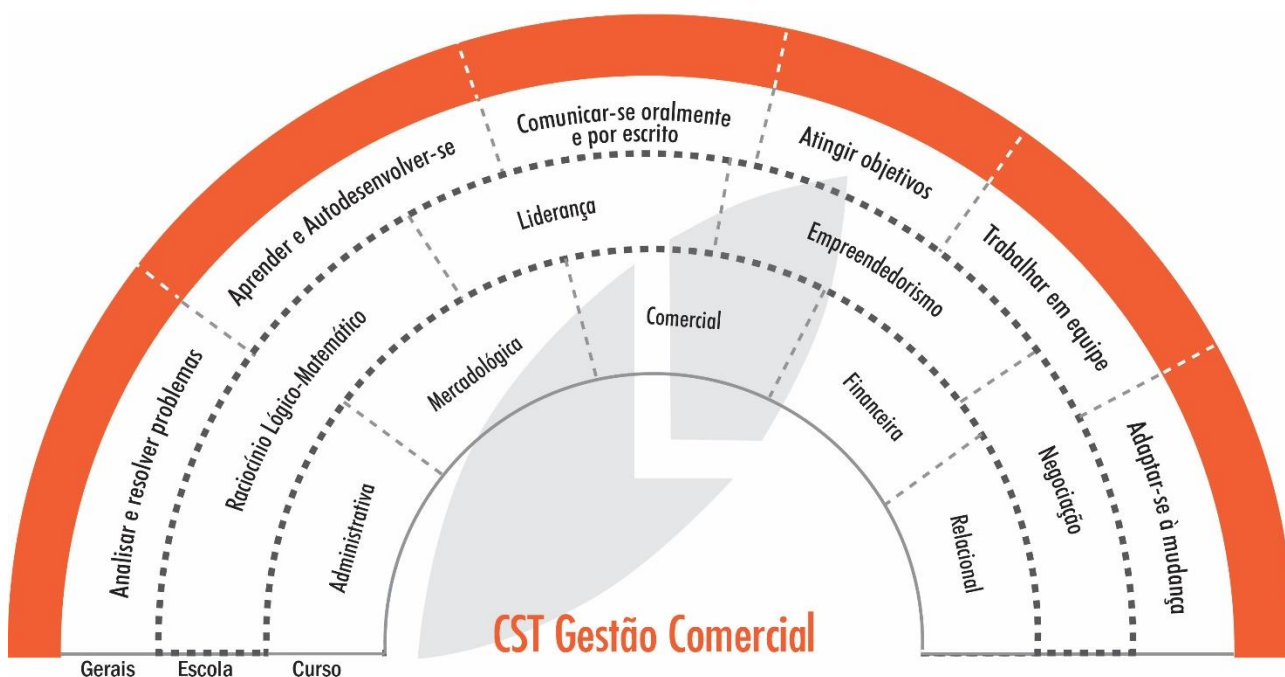
Em consonância com sua missão institucional, as Atividades Complementares dividem-se em Institucionais e por Área/Curso, são de natureza científica, social, cultural, acadêmica e profissional, representadas nas categorias de ensino, pesquisa e extensão.

Os conteúdos curriculares do curso são norteados pelo desenvolvimento de competências e habilidades e estão devidamente distribuídos em três eixos de formação: Formação Geral Básica, Básico Profissionalizante, Profissionalizante.

OBJETIVO GERAL DO CURSO

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial tem por objetivo formar profissionais éticos, capazes de atuar no gerenciamento e operação de atividades do comércio, no segmento de varejo, atacado, representações e serviços de pequeno, médio e grande porte, buscando resultados que venham a contribuir para uma melhor racionalização, organização e funcionamento organizacional, considerando os critérios do desenvolvimento com sustentabilidade e do respeito à diversidade em suas diferentes expressões.

COMPETENCIAS DA ÁREA DE CONHECIMENTO E DO CURSO



PÚBLICO ALVO

O curso se destina a pessoas interessadas em desenvolver, ampliar ou formalizar competências e habilidades na área do curso. O mercado tem se comportado de maneira positiva na absorção de egressos do curso, que podem ocupar posições de trabalho nos setores público e privado, nas áreas de vendas, negociação, intermediação, atração e retenção de clientes, assim como nas atividades de pré e pós-venda, buscando a qualidade de produtos e serviços e visando à convergência entre os objetivos estratégicos estabelecidos pela empresa e a satisfação, necessidades e expectativas dos clientes, sendo capaz de gerir empresas, tais como:

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

No fim da formação, o estudante deverá ter desenvolvido as seguintes competências/habilidades:

- i. Identificar oportunidades e compreender a cadeia de negócios;
- ii. Interpretar cenários para tomada de decisões;
- iii. Planejar, organizar, dirigir e controlar negócios;
- iv. Gerir estrategicamente a área comercial;
- v. Elaborar análises comerciais com base nas demandas e oportunidades de mercado;
- vi. Implementar planejamento e processo de marketing e vendas;
- vii. Definir preços, pautando-se em aspectos tributários, de custos, da concorrência e do valor para o cliente;
- viii. Analisar demonstrativos financeiros e de mercado;
- ix. Exercer as práticas de negociação em seu cotidiano;
- x. Gerenciar e capacitar equipes;
- xi. Realizar vistoria, perícia, avaliação, laudo e emissão de parecer técnico.

DISCIPLINAS E EMENTÁRIO

ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Atividades práticas e/ou teóricas, relacionadas ao contexto do curso que contribuem na formação profissional mais ampla do aluno, envolvendo alternativa ou simultaneamente, produção, pesquisa, intercâmbio, visitas técnicas, participação em eventos e outras consideradas próprias ao curso.

COMUNICAÇÃO

Estuda o processo comunicativo em diferentes contextos sociais. Discute o uso de elementos linguísticos adequados às peculiaridades de cada tipo de texto e situação comunicativa. Identifica e reflete sobre as estratégias linguístico-textuais em gêneros diversificados da oralidade e da escrita.

DESAFIOS CONTEMPORÂNEOS

Estuda temas relevantes da contemporaneidade como o processo de construção da cidadania e suas respectivas interfaces com os direitos humanos, ética e diversidade. Analisa as interferências antrópicas no meio ambiente e discute o desenvolvimento sustentável e o impacto das inovações tecnológicas. Aborda ainda tendências e diretrizes sociopolíticas, e questões de responsabilidade social e justiça.

DIREITO EMPRESARIAL

Versa sobre os reflexos jurídicos das relações negociais, os aspectos relativos à personalidade e à capacidade civil, às sociedades empresariais, suas espécies e formas de constituição, com foco nas implicações trabalhistas e tributárias e na responsabilidade dos sócios e gestores.

EMPREENDEDORISMO

Apresenta a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento, bem como os seus conceitos de e evolução histórica. Descreve o empreendedorismo como competência sócio emocional e as características do Comportamento Empreendedor como criatividade, empreendedorismo e inovação. Demonstra a ação empreendedora nos âmbitos corporativo, social e na criação de Novos Negócios.

FUNDAMENTOS DA ADMINISTRAÇÃO

Examina o processo de gestão das organizações, apresentando as áreas funcionais da administração, os níveis de uma estrutura organizacional e a relação dos ambientes interno e externo, enfatizando as competências necessárias para o gestor exercer o seu papel.

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

Enfoca os fundamentos da teoria econômica, envolvendo a micro e a macroeconomia. Discute os principais problemas econômicos que afetam a sociedade e as organizações, além de tratar das intervenções governamentais que levam ao crescimento e desenvolvimento econômico.

FUNDAMENTOS DE MARKETING

Discute o processo de planejamento, implantação e gestão de marketing, abordando o conceito e o papel do marketing nas organizações, as questões referentes à segmentação, o posicionamento e a colocação no mercado, além de descrever o composto do marketing. Enfatiza ainda a manutenção e o crescimento em mercados correntes e a abertura de novos mercados.

GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA

Examina as análises financeiras e aspectos relevantes da gestão do capital de giro, do ciclo financeiro e do processo de criação de valor nas organizações, explorando os benefícios de ferramentas, como o fluxo de caixa, para mitigação de problemas e o orçamento empresarial para projeções futuras.

LIDERANÇA, CULTURA E COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Discute o comportamento humano nas organizações sob três perspectivas: do indivíduo, do grupo e do sistema organizacional. Introduce elementos do comportamento humano, como aptidões, características pessoais e personalidade, além de abranger conceitos sobre motivação, grupos e equipes, comunicação, liderança, poder e política, conflitos e negociação, cultura, mudança e ética.

MARKETING DIGITAL, SOCIAL E AMBIENTAL

Aborda os conceitos de interatividade e ambiente digital, ambiente do marketing e contexto de sociedade da informação. No âmbito social e ambiental, apresenta os conceitos ligados à responsabilidade social e compromisso social das empresas. Discute a relação do marketing com questões vinculadas ao meio ambiente, desenvolvimento sustentável e mudanças no ambiente de negócios.

MATEMÁTICA FINANCEIRA

A disciplina aborda os conceitos e cálculos da Matemática Financeira que envolve juros simples, desconto simples, juros compostos, desconto composto, taxa de juros, séries financeiras, amortização e empréstimos.

MÉTODOS DE PREÇO, CUSTOS E CUSTEIO

Versa sobre as diferentes técnicas de apuração, alocação e avaliação de custos, explorando a capacidade de desenvolver um sistema de contabilidade de custos que atenda à necessidade da organização empresarial em estabelecer o preço de venda e avaliar o desempenho operacional.

NEGOCIAÇÃO E VENDAS

Aborda a negociação de maneira integrativa, discute a gestão de conflitos, apresenta os perfis de comportamentos, os estilos de negociação, as estratégias de negociação, as etapas do processo decisório, a ética nas negociações, a administração estratégica de vendas, o processo de vendas, o relacionamento baseado em valor, a estrutura e as funções de vendas.

OPERAÇÕES E LOGÍSTICA

Percorre a evolução histórica da logística e operações, apresentando os conceitos, fundamentos e seu papel estratégico nas organizações. Trata ainda os projetos relacionados à área, ao processo, à informação, ao arranjo físico, ao fluxo, o planejamento e ao controle da produção, às tecnologias de produto e à análise de ciclo de vida.

OPTATIVA

PESQUISA DE MERCADO

Estuda conceitos fundamentais da pesquisa de mercado na metodologia qualitativa e quantitativa. Introduce, enfoca e aprofunda o planejamento de pesquisa, a definição dos objetivos, elaboração de instrumentos de coleta de dados, aplicação, tratamento dos dados e elaboração do relatório final da pesquisa.

PROJETO INTEGRADOR: DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Dedica-se ao entendimento do ambiente organizacional, realizando diagnóstico estratégico que contempla missão, visão e valores organizacionais. Aborda a análise SWOT (ambiente interno e externo) e a estrutura organizacional para desenvolvimento de visão sistêmica de relações entre funções organizacionais.

PROJETO INTEGRADOR: GESTÃO DE PROJETOS

Aborda a implementação de projetos por meio de modelagem e gestão de projetos. Estuda métodos e técnicas como PMI, PMBOK, mapeamento e acompanhamento dos riscos de projetos, definição do perfil do gerente de projetos, análise de informações dos projetos e desenvolvimento de relatório de implementação de projetos. Discute ainda a gestão da mudança organizacional.

PROJETO INTEGRADOR: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Trata da conscientização sobre a construção de estratégias empresariais diferenciadas, o entendimento das políticas empresariais, a avaliação estratégica com ferramentas de Balanced Scorecard e definição de indicadores estratégicos e a consolidação do planejamento estratégico como ferramenta de gestão.

PROJETO INTEGRADOR: TEMAS TRANSVERSAIS

Aborda a atuação do profissional responsável e comprometido com as temáticas sociais. Discute temas de inclusão social, relações étnico-raciais, diversidade cultural (cultura afro-brasileira e indígena), sexual e religiosa; direitos humanos; e responsabilidade social corporativa.

QUALIDADE E CERTIFICAÇÕES

Versa sobre os fundamentos e os processos de gestão da qualidade, bem como as certificações e sua evolução em âmbito internacional, destacando as creditações promovidas pelo INMETRO, ONA e JCI e faz introdução às Normas Internacionais ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 e SA 8000.

SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS

Trata do uso da tecnologia da informação como forma de subsidiar a gestão organizacional. Aborda a utilização de sistemas de informações gerenciais atuais, suas possibilidades, uso e ganhos para o resultado das organizações.

FREQUÊNCIA

A avaliação do desempenho escolar, além do aproveitamento, abrange aspectos de frequência. A Instituição adota como critério para aprovação a frequência mínima de 75% da carga horária total da disciplina. O estudante que ultrapassar esse limite está automaticamente reprovado na disciplina. Nas disciplinas e cursos a distância a frequência é apurada a partir da completude das atividades propostas no ambiente de aprendizagem e seguem o mesmo critério para aprovação.

CENTRO UNIVERSITÁRIO FADERGS

Você, estudante, é parte integrante da comunidade acadêmica do Centro Universitário FADERGS e pode desfrutar de toda a infraestrutura que a Instituição oferece.

São diversos campi com instalações modernas, laboratórios de última geração, bibliotecas com acervo abundante, além de outros diferenciais.

• Campus Centro:

Sede Andradas - Rua Uruguai, 330, Centro Histórico - Porto Alegre/RS.

Sede General Vitorino - Rua General Vitorino, 25, Centro Histórico - Porto Alegre/RS.

Sede Riachuelo- Rua Riachuelo, 1257, Centro Histórico - Porto Alegre/RS.

Sede Galeria Luza – Rua Marechal Floriano Peixoto, 185, Centro Histórico – Porto Alegre/RS.

• Campus Cidade Baixa:

Sede João Pessoa - Avenida João Pessoa, 1105 - Porto Alegre/RS.

Sede Luiz Afonso- Rua Luiz Afonso, 84 - Porto Alegre/RS.

• Campus Zona Norte:

Sede Sertório - Avenida Sertório, 5310 – Porto Alegre/RS.

Sede Assis Brasil - Avenida Assis Brasil, 3277, Passo d'Areia – Porto Alegre/RS.