



NOVOTEC

PLANO DE CURSO

Curso de
AUXILIAR DE VENDAS

2021



Nome da Instituição

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

CNPJ

62823257/0001-09

Data

21-01-2021

Número do Plano

Eixo Tecnológico

Gestão e Negócios

Plano de Curso – Projeto NovoTec Expresso

CURSO DE AUXILIAR DE VENDAS

Carga horária

144 horas-aula

Coordenação do Projeto Novotec Expresso – Currículos:

Almério Melquíades de Araújo

Gilson Rede

Especialista Responsável:

Maicon Henrique de Oliveira

SUMÁRIO

OBJETIVOS	4
COMPETÊNCIAS TÉCNICAS GERAIS	4
COMPETÊNCIAS SOCIOEMOCIONAIS GERAIS	4
ATIVIDADES A SEREM DESEMPENHADAS NA ÁREA PROFISSIONAL	5
REQUISITOS DE ACESSO	7
ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	8
FORMAÇÃO PROFISSIONAL	9
INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS	15
PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO	16

OBJETIVOS

O curso de **AUXILIAR DE VENDAS** tem como objetivos:

- Preparar o aluno para executar atividades de prospecção de clientes e elaboração de propostas comerciais.
- Proporcionar condições para que o aprendiz realize processos de venda e atendimento pós-venda.

O curso de **AUXILIAR DE VENDAS** visa oferecer aos educandos conhecimentos que possam habilitá-los no desenvolvimento de competências técnicas e socioemocionais, as quais mencionamos a seguir:

COMPETÊNCIAS TÉCNICAS GERAIS

- Atender clientes.
- Utilizar técnicas de venda.
- Organizar ponto de venda.
- Vender produtos e serviços.
- Elaborar propostas comerciais.
- Realizar atendimento pós-venda.
- Identificar necessidades dos clientes relacionadas aos produtos comercializados.

COMPETÊNCIAS SOCIOEMOCIONAIS GERAIS

- Demonstrar ética profissional.
- Comunicar-se com eficiência nos contextos do trabalho.
- Demonstrar capacidade de análise, negociação e tomada de decisão.
- Demonstrar capacidade e interesse na construção de relacionamentos profissionais.
- Utilizar, nos contextos do trabalho, elementos da Tecnologia de Informação e Comunicação (TICs).

ATIVIDADES A SEREM DESEMPENHADAS NA ÁREA PROFISSIONAL

- Prospectar clientes.
- Abastecer o ponto de venda.
- Receber produtos e materiais.
- Apresentar proposta ao cliente.
- Conferir documentação de clientes.
- Auxiliar na formalização de contratos.
- Demonstrar produtos e/ou serviços a clientes.
- Orientar o cliente quanto à decisão de compra.
- Conferir disponibilidade de produtos para venda.
- Acompanhar a implementação de ações promocionais.
- Organizar processos de venda de produtos e/ou serviços.
- Requisitar materiais para abastecimento do ponto de venda.
- Esclarecer dúvidas quanto aos produtos ou serviços ofertados.
- Executar serviços de apoio à rotina administrativa da área Comercial/Vendas
- Realizar atendimento ao cliente na venda e pós-venda de produtos e/ou serviços
- Registrar informações referentes a elogios e reclamações de clientes na venda e pós-venda de produtos e/ou serviços.

Fontes de Consulta:

BRASIL, Ministério do Trabalho. Classificação Brasileira de Ocupações. Disponível em: <<http://www.mteco.gov.br/cbsite/pages/pesquisas/BuscaPorTitulo.jsf;jsessionid=Ak9ke6R8rG5Fe8PKueYvqe6L.slave26:mte-cbo>>.

BRASIL, Ministério da Educação. **Guia Pronatec de Cursos FIC**. 4. ed. MEC: Brasília, 2016. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=41261-guia-pronatec-de-cursos-fic-2016-pdf&category_slug=maio-2016-pdf&Itemid=30192>.

CENTRO PAULA SOUZA, Institucional/ Unidade do Ensino Médio e Técnico/ Grupo de Formulação e Análises Curriculares. **Planos de Curso das Habilitações Profissionais de Nível Médio**. Disponível em: <<http://www.cpscetec.com.br/Curriculo>> Acesso em: 10 abr. 2019.

CINTERFOR/OIT (Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional/Organización Internacional del Trabajo). **Nuevas competencias para el profesional del Siglo XXI**. Disponível em: <http://santacatarinapelaeeducacao.com.br/fmanager/senaimov/apresentacoes/arquivo39_1.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2019.

UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). **El Futuro del Aprendizaje 2: ¿Qué tipo de aprendizaje se necesita en el Siglo XXI?**. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000242996_spa>. Acesso em 10 abr. 2019.

Títulos

3541 - Especialistas em Promoção de Produtos e Vendas

3541-20 - Agente de vendas de serviços

3541-25 - Assistente de vendas

3541-30 - Promotor de vendas especializado

3541-35 - Técnico de vendas

5211 - Operadores do Comércio em Lojas e Mercados

5211-05 - Vendedor em comércio atacadista

5211-10 - Vendedor de comércio varejista

5211-15 - Promotor de vendas

5211-20 - Demonstrador de mercadorias

5211-25 - Repositor de mercadorias

5211-30 - Atendente de farmácia - balconista

5211-35 - Frentista

5211-40 - Atendente de lojas e mercados



REQUISITOS DE ACESSO

O ingresso no curso de **AUXILIAR DE VENDAS** será permitido aos alunos matriculados no Ensino Médio.

ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

Proposta de Carga Horária por Componente Curricular

MÓDULO ÚNICO

Curso de AUXILIAR DE VENDAS

Componentes Curriculares	Carga Horária		
	Horas-aula		
	Teórica	Prática Profissional	Total
I.1 – Planejamento Empresarial	48	00	48
I.2 – Planejamento de Processos Comerciais	48	00	48
I.3 – Planejamento do Atendimento ao Cliente	48	00	48
Total	144	00	144

FORMAÇÃO PROFISSIONAL

I.1 PLANEJAMENTO EMPRESARIAL

Função: Planejamento das atividades de comercialização de produtos e serviços

Competências Socioemocionais

- Demonstrar ética profissional.
- Demonstrar capacidade de análise e tomada de decisão.
- Utilizar, nos contextos do trabalho, elementos da Tecnologia de Informação e Comunicação (TICs).

Valores e Atitudes

- Incentivar a organização.
- Estimular o interesse pela realidade que nos cerca.
- Estimular o interesse na resolução de situações-problema.

Competência

1. Contextualizar aspectos históricos e conceituais do Planejamento Empresarial.

2. Estruturar o espaço físico de acordo com os princípios de planejamento e organização do ambiente de trabalho.

Habilidade

1.1 Identificar os princípios do planejamento empresarial.
1.2 Identificar a estrutura de um Plano de ação.
1.3 Utilizar as ferramentas de gestão na elaboração do planejamento e plano de ação.

2.1 Organizar espaços físicos para comercialização do produto.
2.2 Executar atividades com base nas estratégias descritas no planejamento.
2.3 Utilizar os princípios de ergonomia no planejamento das atividades comerciais.

Orientações

Sugere-se que sejam utilizados filmes e vídeos que ilustrem os processos administrativos aplicados às atividades comerciais nos diversos segmentos de mercado.

Estratégias como dinâmicas e oficinas que exijam a criação ou desenvolvimento do fluxo de informações e/ou produtos podem colaborar para compreensão dos processos de comercialização de bens e serviços.

Bases Tecnológicas

Funções da Administração

- Planejar;
- Organizar;
- Dirigir;
- Controlar.

Conceitos e níveis de Planejamento

- Estratégico;
- Tático;
- Operacional.

Estrutura de Plano de Ação aplicado à área Comercial

- Metas e objetivos;
- Análise de mercado;
- Análise do produto/serviço e do negócio.

Ferramentas de Gestão

- *Brainstorming*;
- *5W2H*;
- Análise *SWOT*;
- Matriz *BCG*.

Noções de planejamento e organização do ambiente de trabalho

- Fundamentos e práticas ergonômicas na organização do ambiente de trabalho;
- Programa 5S:
 - ✓ Organização (*SEIRI*);
 - ✓ Ordem (*SEITON*);
 - ✓ Limpeza (*SEISO*);
 - ✓ Padronização (*SEIKETSU*);
 - ✓ Disciplina (*SHITSUKE*).
- Leiaute;
- Disposições de produtos, móveis e outros imobilizados:
 - ✓ gôndolas;
 - ✓ displays;
 - ✓ expositores;
 - ✓ totens;
 - ✓ outros.
- Fluxo de mercadorias;
- Exposição dos produtos.

Carga horária (horas-aula)

Teoria	48	Prática Profissional*	00	Total	48 Horas-aula
---------------	-----------	------------------------------	-----------	--------------	----------------------

I.2 – PLANEJAMENTO DE PROCESSOS COMERCIAIS

Função: Desenvolvimento de propostas comerciais

Competências Socioemocionais

- Comunicar-se com eficiência nos contextos do trabalho.
- Demonstrar capacidade de análise, negociação e tomada de decisão.
- Demonstrar capacidade e interesse na construção de relacionamentos profissionais.
- Utilizar, nos contextos do trabalho, elementos da Tecnologia de Informação e Comunicação (TICs).

Valores e Atitudes

- Estimular a organização.
- Estimular o interesse na resolução de situações-problema.
- Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.

Competências	Habilidades
1. Analisar potencial de clientes.	1.1 Identificar as características do produto / serviço e relacioná-las ao cliente potencial. 1.2 Utilizar práticas e ações promocionais estabelecidas pelo departamento comercial. 1.3 Organizar os espaços promocionais de acordo com o planejamento. 1.4 Promover a imagem da organização. 1.5 Identificar o público alvo da empresa.
2. Implementar técnicas de negociação nos processos de venda.	2.1 Participar do processo de negociação com clientes. 2.2 Elaborar proposta comercial e apresentá-la ao cliente. 2.3 Formalizar contratos. 2.4 Conferir documentação de clientes. 2.5 Conferir disponibilidade de produtos. 2.6 Requisitar produtos para abastecimento do ponto de vendas. 2.6 Emitir pedidos. 2.7 Contatar clientes pós-venda. 2.8 Arquivar documentos de clientes.

Orientações

Orienta-se, neste componente curricular, a prática de atividades que promovam debates e simulações do processo de atendimento ao cliente.

Estratégias como dinâmicas de grupo são recursos válidos para consolidação das relações interpessoais entre clientes e colaboradores.

Sugere-se o desenvolvimento de propostas comerciais que respeitem as características de negociação para cada tipo de negócio, a partir da observação prática dos diferentes segmentos de mercado.

Bases Tecnológicas

Noções sobre Produtos e Serviços

- Mix de Marketing:
 - ✓ Produto;
 - ✓ Preço;
 - ✓ Praça;
 - ✓ Promoção.

- Características dos Serviços
 - ✓ Desempenho;
 - ✓ Características secundárias;
 - ✓ Conformidade;
 - ✓ Durabilidade;
 - ✓ Confiabilidade;
 - ✓ Atendimento/assistência;
 - ✓ Qualidade percebida.

Tipos de negócio

- Revenda Independente (consultoria/catálogo);
- Loja própria;
- Comércio atacadista;
- Comércio varejista;
- Representação comercial;
- Franquia;
- Comércio eletrônico;
- Comércio Híbrido;
- *Call Center*.

Conceito de negociação

- Processo negocial:
 - ✓ Preparação, abertura, exploração, apresentação, fechamento de negócio, controle.
 - ✓ Disponibilidade de produtos e/ou serviços.
- Formalização de negócios:
 - ✓ Documentos necessários no fechamento de negócios;
 - ✓ Elaboração de contratos comerciais;
 - ✓ Fechamento de negócios.
- Controle dos negócios efetuados:
 - ✓ Cadastramento de transações;
 - ✓ Valor médio de vendas.
- Contatos pós-venda.

Carga horária (horas-aula)

Teoria	48	Prática Profissional*	00	Total	48 Horas-aula
---------------	----	------------------------------	----	--------------	----------------------

I.3 PLANEJAMENTO DO ATENDIMENTO AO CLIENTE

Função: Planejamento das ações de atendimento ao cliente

Competências Socioemocionais

- Demonstrar ética profissional.
- Comunicar-se com eficiência nos contextos do trabalho.
- Demonstrar capacidade de análise, negociação e tomada de decisão.
- Demonstrar capacidade e interesse na construção de relacionamentos profissionais.
- Utilizar, nos contextos do trabalho, elementos da Tecnologia de Informação e Comunicação (TICs).

Valores e Atitudes

- Estimular a proatividade.
- Desenvolver a criticidade.
- Promover ações que considerem o respeito às relações estabelecidas.
- Responsabilizar-se pela produção, utilização e divulgação de informações.

Competências	Habilidades
1. Aplicar técnicas de negociações no atendimento ao cliente.	1.1 Prospectar novos clientes. 1.2 Utilizar as técnicas de atendimento adequadas ao tipo de negócio. 1.3 Identificar necessidades dos clientes relacionadas aos produtos comercializados. 1.4 Verificar poder de compra do cliente. 1.5 Listar opiniões do cliente.
2. Consolidar o relacionamento interpessoal para fidelização do cliente.	2.1 Organizar estratégias para o atendimento das necessidades do cliente. 2.2 Orientar o cliente quanto à decisão de compra. 2.3 Demonstrar a funcionalidade e/ou descrever produtos e serviços. 2.4 Esclarecer dúvidas quanto aos produtos ou serviços ofertados. 2.5 Oferecer serviços e/ou acessórios que complementem a venda do produto. 2.6 Acompanhar o pós-venda.

Orientações

Recomenda-se, neste componente curricular, a prática de atividades que promovam debates e simulações do processo de atendimento ao cliente.

Estratégias como dinâmicas de grupo são recursos válidos para consolidação das relações interpessoais entre clientes e colaboradores.

Bases Tecnológicas

Necessidades e desejos do cliente

- Tipos de clientes;
- Formas e canais de atendimento.

Práticas de relacionamento e retenção de clientes

- Princípios para o bom atendimento;
- Técnicas de atendimento:
 - ✓ Empatia;
 - ✓ Cordialidade;
 - ✓ Vocabulário.
- Ferramentas tecnológicas para otimização de atendimento.

Fidelização de clientes como diferencial competitivo

- Estágios;
- Características;
- Estratégias.

Padrões de excelência no atendimento

- Melhores práticas de atendimento.

Boas práticas na prestação de serviços

Carga horária (horas-aula)

Teoria	48	Prática Profissional*	00	Total	48 Horas-aula
---------------	-----------	------------------------------	-----------	--------------	----------------------

INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

As instalações e equipamentos a serem utilizados no curso de **AUXILIAR DE VENDAS** estão detalhados a seguir.

LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA

Equipamentos

Quantidade	Identificação
21	Microcomputadores
01	Tela de projeção
01	Projektor de multimídia
02	Condicionador de Ar
01	Caixa de som amplificada

Mobiliário

Quantidade	Identificação
21	Cadeiras giratória, concha dupla
21	Mesas para computador
1	Conjunto de mesa e cadeira para o professor

Acessórios/Utensílios

Itens de responsabilidade da Unidade Escolar

Quantidade	Identificação
1	Quadro branco

PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO

Os docentes que irão atuar no Curso de **AUXILIAR DE VENDAS** serão aqueles com graduação (Tecnólogo, Bacharel ou Licenciado) na(s) área(s) de Administração, Marketing e Gestão.