

GUIA DE CURSO

Superior de Tecnologia em Gestão Comercial



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®



UNINORTE
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO NORTE

HISTÓRICO

A UNINORTE foi credenciada como Centro Universitário em 2004, recebendo o conceito máximo do Ministério da Educação e Cultura (MEC). Em 2010, recebeu o credenciamento para atuar na Educação a Distância, tendo portaria de credenciamento publicada. Nesse interim, a IES já conquistara o reconhecimento social pelo desempenho que vinha desenvolvendo na área do ensino superior privado.

Em 2001, a UNINORTE implantou a Pós-Graduação *Lato Sensu* com a oferta gradativa de cursos, além de desenvolver atividades de iniciação científica, conforme política institucional, prevista no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).

A UNINORTE em 2008 passou a ser integrante da rede global líder em ensino superior, a Laureate International Universities (LIU), presente em diversos países e com mais de 1 milhão estudantes, oferecendo cursos presenciais e a distância.

A **visão** da UNINORTE é ser referência no ensino superior de qualidade na Amazônia, formando profissionais para o mercado global. Enquanto sua **missão** é atuar por meio da educação superior na promoção da cidadania e do desenvolvimento sustentável da Amazônia.

Atualmente, O Centro Universitário do Norte – UNINORTE oferece cursos e atividades de ensino, iniciação científica e extensão, sendo a maior Instituição de Ensino Superior privado do Norte do país. Reforça sua atuação na sociedade com as atividades de extensão e responsabilidade social assumidas principalmente, pelas Clínicas-escola e pelo Núcleo de Prática Jurídica, com ampla repercussão no cenário local e regional.

A estrutura acadêmica da UNINORTE constitui-se em três áreas de conhecimento:

- Ciências Humanas e Sociais orientada para produzir, difundir e aplicar conhecimentos nas áreas de humanidade trata dos aspectos do ser humano como indivíduo e como ser social, do desenvolvimento sustentável e bem-estar da sociedade local, regional, nacional e internacional.
- Ciências Exatas e Tecnologias forma profissionais com ênfase no raciocínio lógico e no estratégico, aspectos importantes para resolver e organizar melhor a sociedade.
- Ciências da Saúde abrange os cursos da área da saúde para classificar e estudar a vida em todas as formas e evoluções.

SOBRE O CURSO

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

A 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. Tal programa 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 que permite 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 permite a construção de uma rede de relacionamento de estudantes que 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 disciplina de Fundamentos de Marketing, que visam 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 trata-se 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 a finalidade de 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, 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 a diversas condições específicas, regionais e culturais que marcam o entorno do curso. São incorporadas às competências, habilidades e conhecimentos adquiridos em outras situações de aprendizagem, que não exclusivamente aquelas obtidas na sala de aula.

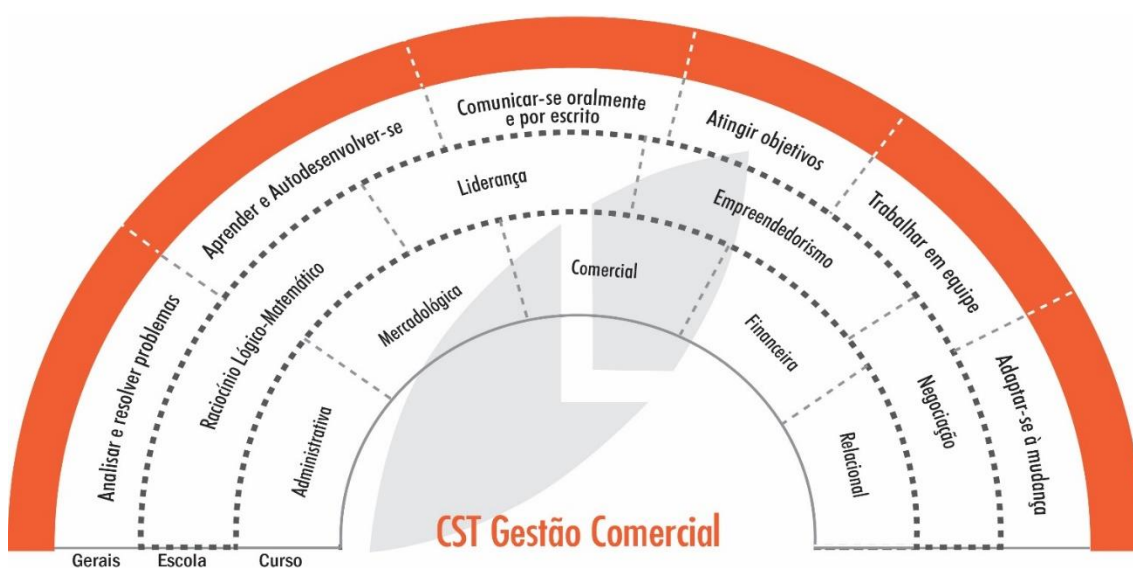
Em consonância com sua missão institucional, as Atividades Complementares dividem-se em Institucionais e por Área/Curso, são de natureza científica, social, cultural, acadêmica e profissional, representadas nas categorias de ensino, pesquisa e extensão.

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, sob 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 a 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 objetivando a 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.

Ao 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

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, tributárias, consumeristas e na responsabilidade dos sócios e gestores.

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 DA 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.

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.

PROJETO INTEGRADOR: TEMAS TRANSVERSAIS

Aborda a atuação do profissional em tecnologia de gestão como profissional responsável, atuante e comprometido com as temáticas sociais, tais como ética, inclusão social, relações étnico-raciais, diversidade cultural: cultura afro-brasileira e indígena, diversidade sexual e religiosa, pessoas com deficiência, gerações; direitos humanos e cultura da paz; responsabilidade social corporativa.

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.

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.

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.

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.

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.

MÉTODOS DE PREÇOS, CUSTO E CUSTEIO

Compreende os diferentes sistemas de custeio e os fatores que afetam os custos empresariais, explorando a capacidade de avaliação e expressão de opinião sobre o sistema de custo mais adequado à matriz operacional e à estratégia de uma organização. Avalia aspectos de mercado, estratégicos, tributários, qualitativos e quantitativos para a formação de preço.

PESQUISA DE MERCADO

Estuda conceitos fundamentais da pesquisa de mercado na metodologia qualitativa e quantitativa. Introduz, 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.

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, o processo, a informação, o arranjo físico, o fluxo, o planejamento e controle da produção, as tecnologias de produto e a análise de ciclo de vida.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

OPTATIVA

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.

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.

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO NORTE – UNINORTE

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

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

- Campus Cidade Nova - Av. Noel Nutels, nº 1006 - Cidade Nova.
- Campus Centro - Av. Joaquim Nabuco, nº 1469 – Centro.
- Campus Plaza - Av. Djalma Batista, nº 2.100, nº AS 101 A - Parque Dez de Novembro, Manaus - AM.