**PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINAS - SME/FUMEC**
**CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL DE CAMPINAS-**
**" PREFEITO ANTONIO DA COSTA SANTOS"**

# PLANO DE ENSINO

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **CURSO:** | **Técnico em Administração** | | | |
| **PROFESSOR:** | **Gleida de Carvalho Inácio** | | | |
| **ANO/SEMESTRE** | **COMPONENTE CURRICULAR** | **TURMA/ MÓDULO** | **PERÍODO** | **CARGA HORÁRIA TOTAL** |
| 2019 / 2 | Gestão de Comércio e Serviços | 38 / III | Noturno | 40h/a |

## I - EMENTA

O setor de serviços vem ganhando importância cada vez maior em muitos países que outrora, tiveram sua economia fortemente baseada na atividade industrial. O trabalho do gerente de operações é planejar, controlar e aprimorar as operações de serviço. Abordar questões e problemas na implementação do essencial modelo de gerência de serviços.

## II – COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS/ HABILIDADES

| Competências | Habilidades |
|---|---|
| **a)** Descrever as principais características da prestação de serviços em diversos tipos de instituições, criando um perfil profissiográfico nos alunos em reconhecer e definir problemas na área de prestação de serviços, | Aplicar as principais características da prestação de serviços em diversos tipos de instituições, criando um perfil profissiográfico (criar habilidades) nos alunos em reconhecer e definir problemas na área de prestação de serviços. |
| **b)** Desenvolver comunicação interpessoal, raciocínio lógico, crítico, analítico e ter iniciativa, criatividade, determinação, aliado ao conhecimento transmitido por outras disciplinas, como da área de marketing e produção que otimizam o aprendizado | Conceituar a comunicação interpessoal, raciocínio lógico, crítico, analítico e ter iniciativa, criatividade, determinação, aliado ao conhecimento transmitido por outras disciplinas, como da área de marketing e produção que otimizam o aprendizado. |
| **c)** Entender a natureza, os sistemas de serviços e principais conceitos de prestação de serviços, | Interpretar a natureza, os sistemas de serviços e principais conceitos de prestação de serviços, |
| **d)** Desenvolver processos, estratégias por meio de análise do ambiente, concorrência, clientes, fornecedores, mercado. | Empregar processos e estratégias por meio de análise do ambiente, concorrência, clientes, fornecedores, mercado. |
| **e)** Traçar novas técnicas de prestação de serviços e entender seus custos | Escolher novas técnicas de prestação de serviços e entender seus custos. |
| **f)** Comércio e varejo no Brasil, processo de vendas no comércio e varejo, formação de preços no comércio e varejo. Branding: análise das forças da marca no varejo. | Examinar o comércio e varejo no Brasil, processo de vendas no comércio e varejo, formação de preços no comércio e varejo. Branding: análise das forças da marca no varejo. |

## III – BASES TECNOLÓGICAS

**Com relação a Prestação de Serviços:**

**a)** O seu Papel na economia;

**b)** Natureza, diferenças básicas de serviços e produtos;

**c)** Estratégias; abordagens integradas da administração de serviços;

**D)** Marketing operações e recursos humanos;

**e)** Processos fluxogramas, custos;

**f)** Encontro e qualidade em serviços;

**g)** Consumidor e comportamento e decisões de compra;

**h)** Previsão para demanda.

**Com relação ao comércio:**

Comércio e varejo no Brasil, processo de vendas no comércio e varejo, formação de preços no comércio e varejo. Branding: análise das forças da marca no varejo.

## IV – ESTRATÉGIAS DE ENSINO

**a)** Exposição do conteúdo por meio de atividades que facilitem e estimulem a aprendizagem, buscando. A interação com os alunos; formação de grupos de 4 alunos.

**b)** Leitura dirigida por textos, práticas desenvolvidas em sala de aula.

**c)** Análise e interpretação de textos e artigos.

**d)** Aulas expositivas; com as práticas desenvolvidas pelos grupos de alunos.

**e)** Debates e discussão de Estudos de Casos, seminários.

**f)** Exercícios em sala de aula.

**g)** Filmes/Vídeos técnicos.

**h)** Visitas técnicas que permitam o conhecimento das práticas desenvolvidas pelas empresas visitadas.

## V – RECURSOS NECESSÁRIOS

Lousa, Notebook, Data Show, Internet, Biblioteca, Revistas/Artigos selecionados em fontes confiáveis referentes ao conteúdo das aulas.

Laboratório de informática possibilitando a criação de relatórios, planos e o desenvolvimento e utilização de planilhas eletrônicas.

## VI - AVALIAÇÃO

**a) Avaliação inicial**

Aplicação de questionário, desenvolvimento de temas dirigidos e outros instrumentos de sondagem contendo itens dos conteúdos básicos necessários ao curso, visando montar o perfil da sala (alunos) e adequar o plano estabelecido às características deste público.

**b) Avaliação Formativa**

Acompanhamento progressivo do aluno para o desenvolvimento das competências esperadas para fornecer informações sobre o seu desempenho. É com a avaliação formativa que o aluno toma conhecimento dos seus erros e acertos e encontra estimulo para continuar os estudos de

forma sistemática. Deverá acontecer na forma de prova objetiva, dissertativa, trabalhos em grupo e seminários durante o curso e nas datas estabelecidas no calendário escolar.

**c) Avaliação Somativa**

Avaliação individual ou em duplas, ao final o curso, contemplando todo o conteúdo trabalhado, tendo como função básica a classificação dos alunos, sendo realizada ao final de um curso ou unidade de ensino. Classificando os estudantes de acordo com os níveis de aproveitamento.

## VII - BIBLIOGRAFIA

FITZSIMONS, James A., FITZSIMONS, Mona J. **Administração de Serviços**. 4a. ed. São Paulo: Editora Bookman, 2005

LOVELOCK Cristofer, WIRTZ Jochen, HENZO Miguel Angelo. **Marketing de Serviços: Pessoas, Tecnologia, e Estratégia** 7º ed**.** S. Paulo:**Pearson 2014.**

GIULIANI, Antonio Carlos**. Gestão de Marketing no Varejo.** S.Paulo: Edições O.L.M.2015

## VIII – CRONOGRAMA DE AULAS

| AULA | CONTEÚDO | ATIVIDADE / ESTRATÉGIA |
|---|---|---|
| 01/02 | Aula inaugural<br>Mensagem de boas vindas;<br>Apresentação de Plano de Ensino;<br>Objetivos da disciplina. Metodologia; Avaliações; Bibliografia;<br>Cronograma aulas e apresentação discussão do acordo pedagógico. | Boas Vindas;<br>Elaboração na lousa do acordo pedagógico e apresentação e discussão com os alunos;<br>Apresentação geral da disciplina;<br>Anotar na lousa o programa e a bibliografia da disciplina (capítulos do livro) e material a ser utilizado. |
| 03/04 | Os serviços na economia moderna, | Aula expositiva sobre o que é um serviço, características dos serviços, compreendendo o setor de serviços. |
| 04/05 | Natureza, diferenças básicas de serviços e produtos; | Comparação de serviços aos bens físicos |
| 05/06 | Estratégias; abordagens integradas da administração de serviços. | Os oito componentes da Administração Integrada de serviços. |
| 06/07 | Marketing operações e recursos humanos; | Vinculação do marketing de serviços, operações e Recursos humanos. |
| 07/08 | Processos fluxogramas, custos; | O serviço como processo, e diversas formas de processamento dos serviços |
| 09/10 | Avaliação | Avaliação escrita individual. |
| 11/12 | Correção da avaliação<br>Processos fluxogramas, custos; | Correção e discussão da avaliação com os discentes;<br>Continuação da aula anterior. |
| 13/14 | Encontro e qualidade em serviços | Administrando no encontro de serviços |
| 15/16 | Encontro e qualidade em serviços | Continuação da aula anterior |

| | | |
|---|---|---|
| 17/18 | Exercício prático de melhorias da prestação de serviços em uma organização. | Explicação do exercício formação de equipes. |
| 19/20 | Exercício prático de melhorias da prestação de serviços em uma organização. | Continuação da aula anterior. |
| 21/22 | Avaliação. | Avaliação escrita individual. |
| 23/24 | Processos fluxogramas, custos;<br>Encontro e qualidade em serviços. | Aula expositiva dialogada com apresentação de exemplos práticos. |
| 25/26 | Consumidor e comportamento e decisões de compra;<br>Previsão para demanda. | Aula expositiva dialogada com apresentação de exemplos práticos. |
| 27/28 | Exercício prático sobre as duas aulas anteriores.<br>Visita técnica. | Em duplas com apresentação para sala<br>Visita à empresa prestadora de serviços |
| 29/30 | Comércio e varejo no Brasil<br>Processo de vendas no comércio e varejo. | Aula expositiva dialogada com apresentação de exemplos práticos.<br>Apresentação de um filme de curta duração. |
| 31/32 | Formação de preços no comércio e varejo.<br>Branding: Análise das forças da marca no varejo. | Aula expositiva dialogada com apresentação de exemplos práticos.<br>Exercício de fixação. |
| 33/34 | Formação de preços no comércio e varejo.<br>Branding: Análise das forças da marca no varejo. | Continuação da aula anterior. |
| 35/36 | Avaliação. | Avaliação escrita em duplas. |
| 37/38 | Correção da avaliação. | Correção na lousa e discussão com os alunos. |
| 39/40 | Aula final. | Confraternização. |

| Assinatura do(s) docentes(s) | Assinatura do POA | Assinatura da Orientadora Pedagógica |
|---|---|---|
| DATA: | DATA: | DATA: |