



**Universidade  
Anhembi Morumbi**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Escola de Ciências Humanas e Sociais

# Guia Rápido do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial

# Universidade Anhembi Morumbi

Fundada, em 1970, com o intuito de oferecer o primeiro curso superior de Turismo do Brasil, a Universidade Anhembi Morumbi ampliou a oferta de cursos em diferentes áreas durante a década de 1980. Credenciada como universidade na década de 1990, inaugurou o segundo campus, localizado na região da Mooca, para oferta concentrada de cursos na área da Saúde. Nas duas primeiras décadas do novo milênio, a Universidade continuou a trajetória de expansão com o lançamento de novos campi – Morumbi, Vale do Anhangabaú, Paulista 1 e Paulista 2 – e polos de educação a distância em diversas regiões.

Ao longo de sua história, a Anhembi Morumbi se tornou reconhecida pela oferta de cursos inéditos como Gastronomia, Aviação Civil, Design Digital, Quiropraxia, Moda e Estética.

Em 2005, torna-se uma universidade internacionalizada ao integrar a Rede Internacional de Universidades Laureate, dinamizando ainda mais o binômio “criatividade e inovação” que sempre esteve presente na Anhembi Morumbi. Com a internacionalização, passou a proporcionar aos estudantes a oportunidade de formação e atuação mundial por meio de programas exclusivos de intercâmbio para complemento das matrizes curriculares, dupla diplomação e estágio internacional, entre outros.

Situada em São Paulo, a Anhembi Morumbi tem, atualmente, mais de 46 mil estudantes em cursos de graduação e pós-graduação lato sensu, nas modalidades presencial e a distância, além de pós-graduação stricto sensu e cursos de extensão.

A Universidade tem como missão: “Prover educação de alta qualidade, formando líderes e profissionais capazes de responder às demandas do mundo globalizado e contribuir para o progresso social e ambiental com espírito empreendedor e valores éticos”. Sua visão é: “Consolidar nossa posição de liderança no Ensino Superior em todas as áreas de conhecimento em que atuamos, formando o maior número de profissionais diferenciados, por meio da excelência acadêmica, inovação e internacionalidade”.

Nossos valores modelam nossas ações, potencializando ainda mais resultados sempre voltados à educação e excelência acadêmica, assegurando a perenidade de nossa Instituição, que valoriza a paixão, o respeito à diversidade, o trabalho em equipe, a inovação, o foco em resultado, a responsabilidade corporativa, o compromisso social, a ética e a transparência.

## Escola de Ciências Humanas e Sociais

A Escola de Ciências Humanas e Sociais – ECHS surge no segundo semestre de 2016, como fruto da reorganização acadêmica da Universidade, reunindo cursos que pertenciam às antigas Escola de Negócios, Escola de Comunicação e Escola de Educação e alguns cursos da Escola de Artes, Arquitetura, Design e Moda. Atualmente, a ECHS é composta por cinco áreas de atuação, assim segmentadas: Artes, Comunicação, Educação, Negócios, Turismo e Hospitalidade.

A Escola de Ciências Humanas e Sociais tem por objetivos:

- Priorizar a compreensão da realidade contemporânea;
- Desenvolver um ambiente acadêmico que privilegie a pesquisa científica aplicada;
- Potencializar atividades complementares a fim de ampliar a gama de conhecimento dos estudantes;
- Utilizar e aprimorar a educação a distância utilizando-se de tecnologias de informação e comunicação;
- Executar avaliações contínuas – formativas e somativas – estimulando estudantes à proatividade em sua formação e desempenho;
- Estabelecer parcerias no âmbito da comunidade interna, da sociedade civil e do mercado que potencializem a capacidade de formação profissional e humana entre os estudantes;
- Promover a qualificação e avaliação do pessoal técnico-administrativo e do corpo docente, estimulando-os à permanente qualificação e valorizando-os como centros do processo de ensino-aprendizagem;
- Fortalecer a integração entre estudantes, professores e funcionários.

A competência empreendedora e a atuação profissional do estudante, princípios fundamentais da Universidade, têm implicado agilidade na compreensão das tendências do mercado profissional e no planejamento e aplicação do projeto pedagógico das áreas compreendidas nas Ciências Humanas e Sociais. Nesse sentido, os cursos que

compõem a ECHS têm claros vínculos com mercado e comunidade. Seja por parcerias firmadas com empresas, seja pelo trabalho regular em atividades de extensão, no âmbito institucional ou no interior dos Projetos Pedagógicos de cada curso.

## Sobre o curso

Diante da procura crescente por profissionais dinâmicos, especializados em prospecção de mercados, análise e avaliação de cenários ou formulação de estratégias comerciais capazes de atuar nas mais distintas frentes de inserção – tanto no âmbito local como internacional, o curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial busca formar profissionais de perfil distinto: o aluno, desde o início, tem acesso a conteúdos de caráter administrativo e operacional. O currículo privilegia o espírito empreendedor, a criatividade e a inovação na gestão sustentável dos negócios, e a interdisciplinaridade reforça a aplicação desses conteúdos por meio da integração total entre teoria e prática disciplinares. Por meio do programa de intercâmbio da instituição, o aluno tem contato com a comunidade Laureate em todo o mundo, e pode não só compartilhar experiências como exercitar a alteridade.

## Objetivo geral do curso

Capacitar o estudante ao gerenciamento de marcas, produtos e serviços, levando-o a buscar oportunidades no mercado consumidor e a atuar como orientador, executor e controlador das atividades relativas à venda e distribuição de bens e serviços.

## Objetivos específicos

- a) Fornecer conhecimentos científicos, tecnológicos, culturais e éticos relacionados à área comercial, a fim de garantir aos estudantes a aquisição de competências que os capacitem a compreender e agir de maneira proativa em relação às circunstâncias econômica, financeira e tributária que permeiam o dia a dia de diferentes organizações e em mercados distintos;
- b) Desenvolver a competência empreendedora nos alunos, tornando-os capazes de conceber projetos comerciais para varejo, atacado ou representação;
- c) Aprimorar a competência gestora dos estudantes, possibilitando a compreensão e o inter-relacionamento das diversas funções gerenciais e preparando esses alunos para o enfrentamento de desafios comerciais complexos;
- d) Capacitar os estudantes para atuar no planejamento, na operação, na implantação e na atualização de sistemas de informações comerciais que proporcionem mais rentabilidade e flexibilidade aos processos de comercialização de bens e serviços;
- e) Preparar os alunos para desenvolver estratégias fundamentadas no relacionamento com o cliente e nos princípios da qualidade, proporcionando mais visibilidade institucional à empresa, definindo estratégias de vendas e gerenciando a relação entre custos e preço final;
- f) Ampliar a fluência digital do estudante em mídia de educação a distância, crescentemente exigida nos processos de comunicação pessoal e profissional, tanto locais como internacionais e de atividades colaborativas virtuais.

## Público-alvo

O curso se destina a pessoas interessadas em desenvolver, ampliar ou formalizar competências e habilidades nas áreas comerciais, com enfoque em gestão. O mercado tem demonstrado crescente interesse por profissionais que possuam esse conhecimento: setores público e privado, bem como organizações do terceiro setor, dispõem do trabalho do gestor comercial para coordenar processos de qualidade, produtividade e competitividade das organizações, assim como analisar os riscos do negócio e potencializar o desempenho das estratégias comerciais.

## Disciplinas

### **COMUNICAÇÃO**

A disciplina discute as variedades linguísticas nos diversos gêneros orais e textuais, a leitura, interpretação e produção de textos no meio acadêmico e profissional e apresenta técnicas de comunicação oral para o meio acadêmico e profissional.

### **CONTABILIDADE GERENCIAL**

Apresenta os conceitos e procedimentos fundamentais adotados pela contabilidade necessários à elaboração dos demonstrativos financeiros básicos (balanço patrimonial e demonstração do resultado), bem como discute relações de custo-volume-lucro, alavancagem e formação de preços.

### **ECONOMIA**

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

### **GESTÃO DE MARKETING**

Apresenta o processo de planejamento, implantação e gestão do composto mercadológico, abordando o conceito e o papel do marketing nas organizações e levantando questões referentes à segmentação, ao posicionamento e à colocação de bens e serviços no mercado.

### **MODELOS DE ADMINISTRAÇÃO**

Discute a evolução dos modelos de administração desde os tradicionais até os contemporâneos em uma perspectiva histórica, explorando os conceitos, fundamentos e visões de cada um. Explora as possibilidades de aplicação de cada um dos modelos nas práticas empresariais atuais, destacando sua adequação às características do negócio.

### **ANTROPOLOGIA E CULTURA BRASILEIRA**

Discute sobre o homem no mercado de trabalho influenciado pela diversidade cultural e sociedade do conhecimento, abordando as diferentes identidades sociais e os aspectos étnico-raciais nas decisões profissionais.

### **CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS**

Enfoca conceitos relacionados à contabilidade de custos, especificidades relacionadas aos custos fixos e variáveis e implantação de sistemas de custeio que favoreçam a decisão, planejamento e controle, proporcionando elementos de custos que facilitem a adoção de políticas de precificação voltadas para as abordagens de custo ("mark-up"), concorrência e valor econômico percebido pelo cliente.

### **DIREITO APLICADO AO COMÉRCIO**

A disciplina discute os conceitos morais e éticos que regem o Direito e as relações de consumo, e analisa o papel do Código de Defesa do Consumidor no fortalecimento dessas relações ao longo do tempo.

### **GESTÃO DE PESSOAS**

Discute os principais pressupostos teóricos que fundamentam as políticas e práticas da gestão de pessoas nas organizações e os impactos da sua operacionalização em diferentes instâncias organizacionais. São discutidos o planejamento e o processo de movimentação de pessoas, desenvolvimento humano e organizacional, carreira, desempenho e remuneração, entre outros.



### **MATEMÁTICA FINANCEIRA**

Explora a aplicação de conceitos de matemática financeira considerando a compreensão do valor do dinheiro no contexto temporal. Esses conceitos são fundamentais para a análise de investimentos, instrumentalizando o gestor no processo de tomada de decisão.

### **EMPREENDEDORISMO**

A disciplina trata do ambiente econômico e o empreendedorismo, bem como resgata a história do empreendedorismo. Caracteriza o perfil empreendedor e discute conceitos fundamentais do empreendedorismo. Discute criatividade e seleção de ideias, identificação e aproveitamento de oportunidades. Aborda ainda o desenvolvimento da mentalidade empreendedora na formação profissional contemporânea e os métodos para empreender no mundo globalizado das profissões.

### **GESTÃO DA OPERAÇÃO E QUALIDADE**

Aborda evolução da administração da produção, qualidade e localização e layout de planta e decisões de nível operacional, tais como: planejamento de produção, qualidade, arranjo físico e fluxo de produtos, qualidade e gestão de cadeia global de fornecedores, operações de entrega, sistemas de transporte, armazenagem, manuseio e acondicionamento do produto.

### **GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTO**

Aborda os conceitos fundamentais de finanças, sua aplicação prática e os principais instrumentos de gestão e mensuração da saúde financeira das empresas, fornecendo insumos importantes para a implantação e análise de um orçamento empresarial que proporcione a eficiência em tomada de decisões, projetos de investimentos e melhor opção de fontes de financiamento.

### **PROJETO INTEGRADO I: GESTÃO COMERCIAL**

Articula as disciplinas do semestre por meio de um projeto unificado, que aprimora a visão sistêmica e relaciona as diversas áreas do saber na busca de soluções estratégicas para o ambiente empresarial.

### **TÉCNICA E PRÁTICA DE VENDA**

Discute de que forma o gestor, a partir das informações do sistema de informações gerenciais e das estratégias estabelecidas pela organização, pode estabelecer o planejamento de vendas. Trata de conceitos e práticas de atendimento a clientes, ações de relacionamento com o consumidor, fidelização, bem como outras estratégias de vendas e de marketing.

### **GESTÃO DE VENDAS**

Com uma perspectiva multidisciplinar, a disciplina explora a visão sistêmica que deve ser exercida na gestão de vendas de uma organização. Aborda as principais técnicas de mercado para a tomada de decisões ligadas às estratégias da empresa e a sintonia de uso dos recursos para o desenvolvimento e a evolução saudável de um negócio.

### **GESTÃO ESTRATÉGICA**

Aborda técnicas de gestão que apoiam a formulação de estratégias empresariais. Promove o entendimento do ambiente de negócios e o relacionamento das organizações com as constantes transformações que ocorrem no ambiente empresarial. Apresenta as principais ferramentas estratégicas e as formas de responder às oportunidades.

### **PROJETO INTEGRADO II: GESTÃO COMERCIAL**

Articula as disciplinas do semestre por meio de um projeto unificado, que aprimora a visão sistêmica e relaciona as diversas áreas do saber na busca de soluções estratégicas para o ambiente empresarial.

## TÓPICOS ESPECIAIS EM GESTÃO COMERCIAL

Sendo o mercado dinâmico, a disciplina se caracteriza pela flexibilidade de temas voltados para vendas e aborda as principais tendências e práticas relacionadas ao estudo do universo comercial, bem como sua implicação para as organizações.

### 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.

## Sistema de avaliação

A Universidade Anhembi Morumbi desenvolve a avaliação de aprendizagem em duas etapas: N1 e N2. A N1 consiste em uma série de atividades desenvolvidas ao longo do semestre que permitem avaliar o estudante continuamente. A N2 consiste em uma prova presencial individual.

A nota final do estudante (NF) é obtida a partir da média entre N1 e N2, considerando os pesos, respectivamente, de 40% e 60%. É considerado aprovado o estudante que atingir média de aprovação conforme estabelecido em Regimento Acadêmico.

O estudante tem direito a realizar prova de segunda chamada no caso de ter perdido a oportunidade de cumprir a prova na data estipulada, ou se desejar melhoria de nota. Se, eventualmente, for reprovado, o estudante deverá cumprir novamente a disciplina em regime de dependência.

## Frequência

A avaliação do desempenho escolar, além do aproveitamento, abrange aspectos de frequência.

A Universidade 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.

## Coordenação

### Direção da Escola de Ciências Humanas e Sociais

Prof. Pós-Dr. Luiz Alberto Farias

Pós-doutor em Comunicação pela Universidade de Málaga (2016). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade de São Paulo (2006); mestre em Comunicação e Mercado (2000), especialista em Teoria da Comunicação (1995) e graduado em Relações Públicas (1990) pela Faculdade Cásper Líbero; graduado em Jornalismo pela Universidade Cruzeiro do Sul (2001). Professor visitante na Universidade de Málaga (2016) e professor orientador de doutorado da Universidade Nova de Lisboa (Portugal) e da Universidade de Málaga (Espanha). É diretor acadêmico da Escola de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Anhembi Morumbi, onde também atua como professor colaborador no programa de pós-graduação stricto sensu em Comunicação. É professor doutor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo desde 2003, onde atua no programa de pós-graduação stricto sensu em Ciências da Comunicação como professor permanente desde 2011. Ganador do Prêmio Aberje – Educador do Ano James Heffernan (2014). Foi presidente da Abrapcorp e da ABRP e diretor da Intercom. É editor da Organicom Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Qualis B1). Autor e coautor de diversos livros no Brasil e no exterior.



## Coordenação do curso superior de Tecnologia em Gestão Comercial

Prof. M.e Jeferson Luís Mola

Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP (1991); pós-graduado em Administração Mercadológica pela Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM/SP (1998); possui especialização MBA em Marketing pela Fundação Instituto de Administração da Universidade de São Paulo – FIA/USP (2000) e mestrado em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi (2013). O coordenador tem 29 anos de experiência profissional. Trabalhou em organizações multinacionais de grande porte voltadas ao consumo de massa e atua há mais de dez anos como consultor na área de Marketing, particularmente no setor de vendas diretas. Tem 11 anos de experiência docente em ensino superior e cinco anos de atuação como gestor acadêmico. Autor e coautor de livros nas áreas de Marketing e Negócios.

## Anhembi Morumbi para você

Você, estudante, é parte integrante da comunidade acadêmica da Universidade Anhembi Morumbi e pode desfrutar de toda a infraestrutura que a Universidade oferece.

São seis campi com instalações modernas, laboratórios de última geração, bibliotecas com acervo abundante, além de academia de ginástica.

- **Campus Mooca** – Rua Dr. Almeida Lima, 1.134
- **Campus Morumbi** – Av. Roque Petroni Jr., 630
- **Campus Paulista** – Av. Paulista, 2.000
- **Campus Paulista 2** – Rua Treze de Maio, 1.266
- **Campus Vale do Anhangabaú** – Rua Líbero Badaró, 487
- **Campus Vila Olímpia** – Rua Casa do Ator, 275