



**GUIA DE CURSO**  
**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL**

## HISTÓRICO DA UNIVERSIDADE SALVADOR

A UNIFACS foi credenciada em 1972, quando lançou o curso de Administração de Empresas, a então Escola de Administração de Empresas do Estado da Bahia (EAEB).

Em 1990, a EAEB passou a ser designada Faculdade Salvador (FACS) e foram criados três novos cursos: Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas; Ciências Contábeis e Ciência da Computação com ênfase em Análise de Sistemas. No ano seguinte, foram implantados os primeiros cursos de pós-graduação *lato sensu*.

Em 1997 obteve-se seu credenciamento como Universidade Salvador – UNIFACS, com parecer unânime do Conselho Nacional de Educação.

Em 1998, a UNIFACS passou a oferecer cursos na área de Engenharia e, a partir de 1999, foram implantados os primeiros cursos de mestrado (Análise Regional, Sistemas e Computação, Administração e em Regulação da Indústria da Energia), todos relacionados com a produção científica existente nos grupos de pesquisa vinculados aos seus cursos de graduação. Em 2002, essa produção registrou um grande impulso com a criação do Programa Institucional de Iniciação Científica.

Na medida em que ampliava a oferta de cursos presenciais, em 2004, a UNIFACS tornou-se a primeira instituição de ensino superior credenciada no estado da Bahia para o oferecimento de cursos na modalidade a distância. Foram também criados os primeiros cursos superiores de tecnologia e em 2006 a instituição obteve a aprovação para ofertar o seu primeiro curso de doutorado, na área de Desenvolvimento Regional e Urbano.

Em 2008, foi lançada a semente do que atualmente se constitui no Centro de Empreendedorismo e Inovação da Universidade, com a criação de sua Incubadora de Negócios, estrutura responsável pelo suporte a mais de 20 *startups* de sucesso e pela conquista de inúmeros prêmios na área de inovação.

A UNIFACS passou a integrar a Rede Internacional de Universidades Laureate, em 2010, fato que permitiu a expansão das suas atividades, com um aporte significativo de investimentos, e também viabilizou o desenvolvimento da sua Internacionalidade com a implantação do seu Escritório Internacional.

A nossa história demonstra o quanto o nosso compromisso com a qualidade acadêmica tem sido responsável pelo nosso crescimento sustentável, bem como a nossa atuação junto à comunidade, promovendo as ações de pesquisa e extensão, são voltadas para o atendimento das demandas sociais, confirmando o nosso compromisso com o desenvolvimento regional.

A Unifacs tem como missão: “Gerar e transferir conhecimento através de educação continuada, inovadora e de excelência, de modo a formar pessoas que contribuam para o desenvolvimento regional”.

“Tornar-se a maior instituição de ensino superior da Bahia com alta qualidade e rentabilidade”, constitui-se sua visão.

Os princípios institucionais da Unifacs são oriundos da filosofia humanista de onde emanam valores que conferem supremacia ao homem pela consciência de si e do entorno, conhecimento da natureza e aquisição da capacidade de sua transformação em benefício coletivo.

Constituem diferenciais institucionais da Unifacs:

- Única Universidade Privada da Bahia
- Primeira Universidade Particular a ser recredenciada no Brasil

- Obteve Recredenciamento com Conceito Máximo junto ao MEC
- Acreditação Internacional pela QStars
- Central de Carreiras
- Escritório Internacional
- Curso de Direito com selo OAB Recomenda
- Curso de Administração com Acreditação Internacional
- Dezenas de grupos de pesquisa cadastrados no CNPq

## **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.

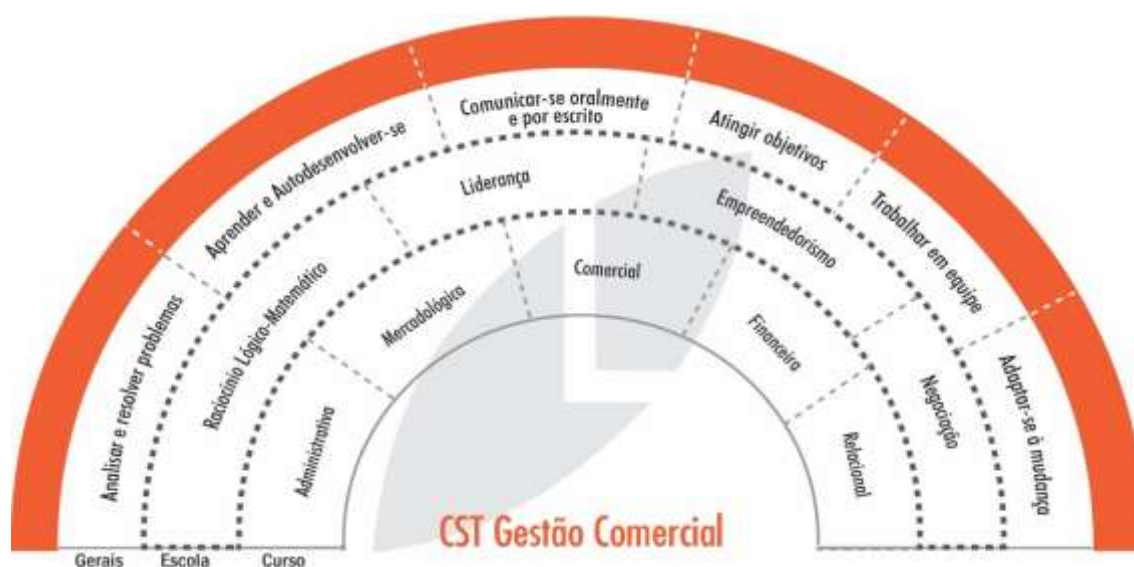
Em consonância com sua missão institucional, as Atividades Complementares dividem-se em Institucionais e por Área/Curso, são de natureza científica, social, cultural, acadêmica e profissional, representadas nas categorias de ensino, pesquisa e extensão.

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.

## COMPETÊNCIAS 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**

### **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.

### **BUSINESS TRENDS OU TENDÊNCIAS EM NEGÓCIOS (EAD)**

Refere-se à análise de cenários, a realização de prognósticos, a identificação de tendências, utilização de ferramentas, estratégias para a avaliação de negócios e o aproveitamento das oportunidades na geração de resultados sustentáveis.

### **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.

### **MÉTODOS DE PREÇO, CUSTOS 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.

### **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.

### **DESIGN THINKING: IMMERSION, IDEATION AND PROTOTYPING OU DESIGN THINKING: IMERSÃO, IDEAÇÃO E PROTOTIPAGEM (EAD)**

Discute os conceitos de design thinking e como o pensamento aplicado do design serve de estímulo aos negócios inovadores, à colaboração e à experimentação. Apresenta o tema como método de aplicação da criatividade para a geração de alternativas para problemas difíceis, aproveitando oportunidades e prototipando soluções.

### **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.

### **EMPREENDEDORISMO**

Apresenta a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento, bem como os seus conceitos 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.

#### LEADING IN A DYNAMIC ERA OU LIDERANDO EM UMA ERA DINÂMICA (EAD)

Apresenta o conceito de liderança em tempos de turbulência. Discute como os líderes pensam e atuam e como os estilos de gerenciamento afetam situações e relacionamentos numa organização. Trabalha competências para uma liderança eficaz, como recurso motivacional e de estímulo à criatividade, inteligência cultural em contextos de ambiguidade.

#### 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.

#### 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, 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.

#### 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 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.

#### 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.

#### TÓPICOS ESPECIAIS EM GESTÃO COMERCIAL (EAD)

Conecta e atualiza conhecimentos e práticas oriundos da área de Gestão Comercial, bem como aborda tópicos avançados e contemporâneos da área, relacionados aos seguintes temas: gestão de pessoas e relacionamento interpessoal, estratégia empresarial, marketing, entre outros.

#### 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.

#### UNIVERSIDADE SALVADOR

Você, estudante, é parte integrante da comunidade acadêmica da **Universidade Salvador** 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 Tancredo Neves - Av. Tancredo Neves, 2131, Caminho das Árvores.
- Campus Professor Barros:  
Torre Sul - Av. Luís Viana Filho nº 3146 / 3100. Pituáçu, Salvador – Bahia. Norte  
- Av. Luís Viana Filho nº 3146 / 3100. Pituáçu, Salvador – Bahia.
- Campus Costa Azul (Pós-Graduação) - Rua Doutor José Peroba, nº 251, Edf. Civil Empresarial, Sobreloja – STIEP. Salvador- BA.
- Campus Rio Vermelho:
  - Av. Juracy Magalhães Junior, nº 209 – Rio Vermelho. Salvador/Bahia.
  - Rua Vieira Lopes, nº. 2 – Rio Vermelho. Salvador – Bahia.
  - Centro de Empreendedorismo e Inovação - Rua Vieira Lopes, nº. 2 – Rio Vermelho Salvador – Bahia.
  - Av. Cardeal da Silva, 132, Federação, Salvador – Bahia.
- Campus Lapa - Rua da Mangueira, 33, Nazaré. Salvador – Bahia.
- Campus Feira de Santana:
  - Santa Mônica - Rua Rio Tinto, 152, Santa Mônica. Feira de Santana – BA.
  - Boulevard - Rua Santos, 380, Caseb. Feira de Santana – BA.
  - Getúlio Vargas - Av. Getúlio Vargas, 2.734, Parque Getúlio Vargas, Feira de Santana – BA.
  - Getúlio Vargas 2 - Av. Getúlio Vargas, 471, Galeria Avenida Center, Térreo. Feira de Santana – BA.