

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE
MESTRADO PROFISSIONAL EM DESIGN

ATENDIMENTO INCLUSIVO NO VAREJO – UMA PROPOSTA DE
QUALIFICAÇÃO EAD PARA A UNIVILLE

FRANCIELE CAROLINE GORGES
VICTOR RAFAEL LAURENCIANO AGUIAR

JOINVILLE – SC

2020

FRANCIELE CAROLINE GORGES

ATENDIMENTO INCLUSIVO NO VAREJO – UMA PROPOSTA DE QUALIFICAÇÃO
EAD PARA A UNIVILLE

Memorial Descritivo apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Design, na Universidade da Região de Joinville – UNIVILLE como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design. Orientador: Prof. Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar

JOINVILLE – SC

2020

Catalogação na publicação pela Biblioteca Universitária da Univille

G667a	<p>Gorges, Franciele Caroline Atendimento inclusivo no varejo: uma proposta de qualificação EAD para a Univille/ Franciele Caroline Gorges; orientador Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar. – Joinville: UNIVILLE, 2020.</p> <p>112 f. : il. ; 30 cm</p> <p>Dissertação (Mestrado em Design – Universidade da Região de Joinville)</p> <p>1. Comércio varejista. 2. Ensino à distância. 3. Integração social. 4. Capacitação de empregados. I. Aguiar, Victor Rafael Laurenciano (orient.). II. Título.</p> <p>CDD 381.1</p>
-------	---

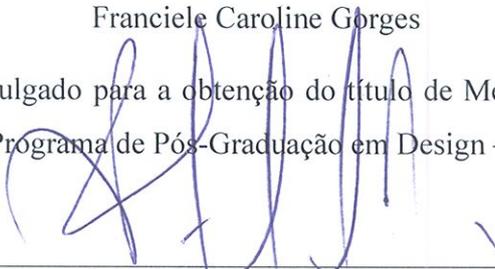
Termo de Aprovação

“Atendimento Inclusivo no Varejo - Uma Proposta de Qualificação EAD para a Univille”

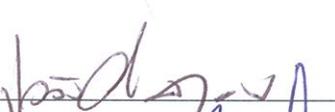
por

Franciele Caroline Gorges

Trabalho de Conclusão julgado para a obtenção do título de Mestra em Design, aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Design – Mestrado Profissional.

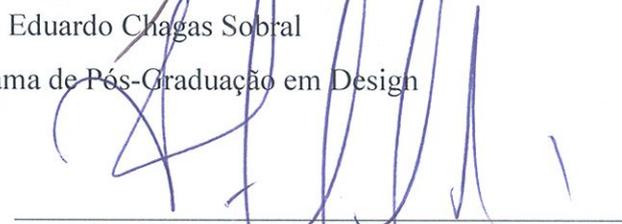


Prof. Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar
Orientador (UNIVILLE)

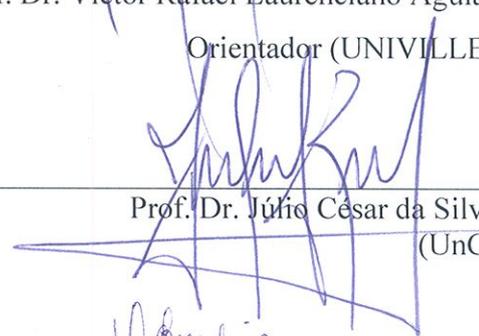


Prof. Dr. João Eduardo Chagas Sobral
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design

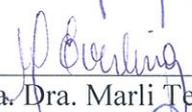
Banca Examinadora:



Prof. Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar
Orientador (UNIVILLE)



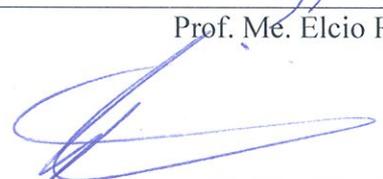
Prof. Dr. Júlio César da Silva
(UnC)



Profa. Dra. Marli Teresinha Everling
(UNIVILLE)



Prof. Me. Elcio Ribeiro da Silva
(UNIVILLE)



Me. Pablo Peruzzolo Patrício
(Representante EAD da UNIVILLE)

Joinville, 30 de novembro de 2020.

Dedicatória

Dedico este trabalho ao meu orientador e pai de coração, Victor Rafael Laurenciano Aguiar, um ser humano iluminado que entrou em minha vida ainda na graduação e ensinou a ver as coisas de uma maneira leve e acreditar sempre no lado positivo.

Aos meus avós paternos Maria Margarida Knies Gorges e José Francisco Gorges que já partiram para o plano espiritual, honrando, mais uma vez uma promessa feita aos dois de que eu não desistiria do ensino superior. Sendo eu agora a primeira pessoa da família com o título de mestre.

A todos que estiveram ao meu lado nesta caminhada.

Agradecimentos

Agradeço ao meu pai, por ter cobrado na infância, bom desempenho na escola. O que foi plantado no passado, certamente está sendo colhido agora.

Aos meus colegas de sala e professores que sempre estiveram a disposição.

Professor Arnaldo Schmidt Neto que aceitou o desafio de juntar Design e Engenharia de Produção no estágio de docência de uma forma divertida e prestativa.

Ao meu irmão do coração Victor Gerker Ferreira, que desde 2012, como calouros da engenharia esteve comigo nesta jornada de conhecimento, compartilhando das inúmeras alegrias e batalhas.

Ao meu amigo de engenharia Antonio Amandio, por todos os conselhos, dicas e apoio nesta fase.

A todos que deram suporte para que este trabalho pudesse existir.

“O Futuro pertence àqueles que acreditam na beleza de seus sonhos”

Eleanor Roosevelt

RESUMO

Considerando o tema atendimento inclusivo e a importância do varejo para a economia como um todo, este projeto de pesquisa, na forma de memorial descritivo, teve como objetivo elaborar uma capacitação afim de qualificar o profissional de vendas, sendo EAD e desenvolvido para a Univille com a temática atendimento inclusivo no varejo. Para tanto, em um primeiro momento, concluiu-se a pesquisa de campo junto ao varejo, dando continuidade a um projeto já em andamento denominado DSERV e a partir das diretrizes geradas utilizou-se das ferramentas do Design Thinking e do Ciclo PDCA onde foi desenvolvido o conteúdo programático do treinamento por meio dos programas de ensino e aprendizagem e dois vídeos pilotos para validação da proposta, a qual foi adequadamente aprovado por representantes do público alvo: gestores e vendedores de varejo.

Palavras-chave: Atendimento, PCD, Inclusão, Vendas, Varejo, EAD

ABSTRACT

Considering the personal motivation to deal with the theme of inclusive service and the importance of retail for the economy of any nation, this research project, in the form of a descriptive memorial, aimed to develop a training to qualify the sales professional in EAD format for Univille with the theme of inclusive retail service. To this end, in the first moment, the field research with retailers was concluded, continuing a project already underway and based on the generated guidelines, using the Design Thinking and the PDCA Cycle, the programmatic content was developed training, through teaching and learning programs and two pilot videos to validate the proposal, which was properly approved by representatives of the target audience.

Keyword: Attendance, PCD, Inclusion, Sales, Retail, EAD

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 : Faixa correspondente à população com deficiência no Brasil em 2010	17
Figura 2 : Faixa correspondente à população com deficiência em Joinville em 2010.....	18
Figura 3 : Idade da população com Deficiência no Brasil em 2010	19
Figura 4 : Contratações de PCDs no Brasil.....	20
Figura 5 : Design Thinking	24
Figura 6 : Ciclo PDCA.....	26
Figura 7: Ciclo DMAIC	28
Figura 8: Compação entre as etapas do Desing Thinking, Ciclo PDCA e Ciclo DMAIC	30
Figura 9: Fragmento da leitura flutuante realizada	44
Figura 10: : Fragmento da planilha de análises (estratificação de informações) feitas;	45
Figura 11: Estratificação gráfica utilizada para visualização dos dados e anotações	45
Figura 12: Diretrizes geradas através das análises das entrevistas;	46
Figura 13: Gravação do vídeo piloto nos studios da universidade.....	48
Figura 14: Relatório de respostas a questão 1	49
Figura 15: Relatório de respostas a questão 2.....	49
Figura 16: Relatório de respostas a questão 3.....	50
Figura 17: Relatório de respostas a questão 4.....	51
Figura 18: Relatório de respostas a questão 5.....	52
Figura 19: Relatório de respostas a questão 6.....	53
Figura 20: Relatório de respostas a questão 7.....	54
Figura 21: Relatório de respostas a questão 8.....	54

LISTA DE TABELAS

Quadro 1 : Fases do Design Thinking	25
Quadro 2 : Fases do Ciclo PDCA.....	27
Quadro 3: Fases do Ciclo DMAIC	29
Quadro 4: Amostragem com entrevistas dos profissionais de vendas no varejo;	42
Quadro 5: Amostragem com entrevistas dos clientes no varejo;	43

LISTA DE SIGLAS

EAD	Educação à Distância
PDCA	Plan (Planejar), Do (Executar), Check (Checar), Action (Agir);
DMAIC	Define (Definir), Measure (Mensurar), Analyse (Analisar), Improving (Melhoramento), Control (Controle);
PCD	Pessoa Com Deficiência;
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SUMÁRIO

RESUMO	6
ABSTRACT	7
LISTA DE FIGURAS	8
LISTA DE TABELAS	9
LISTA DE SIGLAS	10
1. INTRODUÇÃO	13
1.1. Contextualização	15
1.2. Justificativa	16
1.3. Questão de Pesquisa	21
1.4. Objetivos	21
2. REVISÃO DA LITERATURA	23
2.1.1. Design Thinking.....	23
2.1.2. Ciclos PDCA e DMAIC	25
2.2. O Profissional de Vendas	31
2.2.1. Características do Profissional de Vendas	31
2.2.2. Formação do profissional de vendas	33
2.3. Atendimento	34
2.3.1. Efeitos de um bom atendimento	34
2.3.2. Distinção do atendimento para os diversos públicos	35
2.4. Inclusão e Deficiência.....	35
2.4.2. Melhores práticas para a inclusão no varejo.....	35
2.4.3. Definição de Inclusão e deficiência física	36
2.4.4. As categorias de deficiências	37
2.5 Educação EAD	38
3. METODOLOGIA	41
3.1 Etapas do Processo	41
3.1.1. Macroetapa de Imersão.....	42
3.1.2. Macroetapa de Análise	43
3.1.3. Macroetapa de Ideação	46
3.1.4. Macroetapa de Prototipação.....	48
3.1.5. Macroetapa de Implantação	49
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
APÊNDICE A – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 1	58
UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE.....	58
PLANEJAMENTO DE ENSINO E APRENDIZAGEM - PEA	58
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille ..	61

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille	65
APÊNDICE B – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 2	66
. Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille	69
APÊNDICE C – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 3	73
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille..	77
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille	81
APÊNDICE D – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 4	82
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille..	85
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille	89
APÊNDICE E – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 5	90
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille..	93
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille	97
APÊNDICE F – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 6	99
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille	102
Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille	106
APÊNDICE G – questionário de validação	107
REFERÊNCIAS	110

1. INTRODUÇÃO

O deficiente físico vem a cada ano ocupando um espaço maior na sociedade, quer seja como cidadão, como contribuinte, trabalhador e, também, como consumidor: exemplo disso, segundo Cláudia Morriesen (2020) foi nas eleições municipais de 2020 em que o vereador mais votado em Joinville – SC com 9574 votos foi um homem de 32 anos que, ao nascer, foi diagnosticado com a doença genética Amiotrofia Muscular Espinhal (AME) e desde os sete anos usa cadeira de rodas.

Nesse sentido, este projeto, teve como objetivo central desenvolver uma proposta de qualificação para o profissional de vendas, em formato de Ensino a Distância (EAD) para a Univille, com a temática Atendimento Inclusivo no Varejo.

A motivação pessoal para a escolha deste tema deve-se ao contato que a autora tem com o varejo desde a infância, o convívio com pessoas com deficiências no trabalho, mas principalmente por presenciar as dificuldades de pessoas próximas como amigos e colegas com deficiências em suas atividades cotidianas.

Não havendo apenas motivações pessoais, é dada a importância para que defenda-se este projeto, pois cada vez mais aumenta a procura do deficiente por seu espaço no mercado de trabalho, sua independência.

Outro fator de relevância é a preparação do profissional através do ensino. Um profissional que não esteja qualificado, enfrentará dificuldades para se manter no mercado de trabalho. Como o profissional em questão é o profissional de vendas de varejo, e levando em consideração que, seus horários são, geralmente, em ritmo intenso, optou-se pela modalidade EAD para que este profissional consiga assistir as aulas de forma tranquila em um melhor horário dentro de sua disponibilidade.

Para que o objetivo geral definido como o desenvolvimento de uma proposta de qualificação para o profissional de vendas em formato digital EAD para o atendimento inclusivo no varejo para a Univille seja alcançado, definiram-se os objetivos específicos:

Primeiramente foi feito um mapeamento de competências e características dos profissionais de comércio na região de Joinville e o mapeamento das principais necessidades de atendimento dos portadores de deficiências físicas no varejo através de uma pesquisa de campo, na qual as informações analisadas foram mapeadas, gerando as diretrizes para o atendimento inclusivo, para serem aplicadas no decorrer

do projeto, nas macroetapas do processo de Design Thinking.

Por fim, a compreensão da modalidade EAD oferecida atualmente pela universidade, para que o projeto esteja alinhado conforme as diretrizes institucionais.

Como percurso metodológico, optou-se pelo Design Thinking por ser uma metodologia intuitiva, flexível e que oferece a chance de voltar à etapa anterior do processo para possíveis análises ou correções e pelo uso de ferramentas do Ciclo PDCA, por se tratar de uma ferramenta com a qual a autora tem familiaridade, e também por ser um processo flexível em seus ciclos e oferecer ferramentas mais analíticas.

O presente memorial descritivo, estrutura-se em 5 capítulos.

O capítulo 1 dispõe da contextualização, justificativas e objetivos gerais e específicos para este projeto. No capítulo 2, a revisão literária, em que se fez o levantamento biográfico dos principais tópicos abordados. No capítulo 3 está a metodologia, o processo para o desenvolvimento e conclusão deste trabalho, no capítulo 4 as referências usadas para devida estruturação deste projeto e no capítulo 5 os apêndices utilizados durante a pesquisa e desenvolvimento do projeto.

1.1. Contextualização

Olhando por uma visão mais estratégica em vendas, a área varejista deve ser tratada com maior atenção por ter um elemento importante (se não o mais importante para todo tipo de organização): a forte interação com o cliente.

Desde criança a autora esteve em contato com o varejo, pois havia em sua residência um ponto de vendas de fraldas descartáveis.

Ao longo do tempo e ingressando na indústria, surgiram oportunidades de convívio com PCDs, que contavam algumas de suas dificuldades vividas em lojas varejistas e enfrentarem, por vezes, o despreparo de profissionais que não compreendem sua condição.

Passando pela oportunidade de trabalhar com vendas e sempre mantendo contato com colegas PCDs, surgiu o interesse pelos temas deficiência física e varejo. O ponto de confluência entre os dois temas inicialmente tão distintos veio da percepção da autora quanto à necessidade de preparar bons profissionais de vendas para o atendimento.

Sendo este trabalho parte de um grupo de estudos chamado DSERV (Design de Serviços), houve o suporte e referência dos trabalhos antecessores, sendo o primeiro realizado por Vaz (2018), que fez o levantamento do perfil para o profissional de vendas na indústria e identificou diretrizes para projetos na área de vendas industriais utilizando do Design Thinking como metodologia.

O segundo trabalho do grupo de estudos foi realizado por Gulgen (2019), que em um primeiro momento fez o levantamento o perfil do profissional de vendas para o setor de serviços e, a partir disso, um programa de desenvolvimento para profissionais de vendas de serviços utilizando da metodologia Design Thinking.

1.2. Justificativa

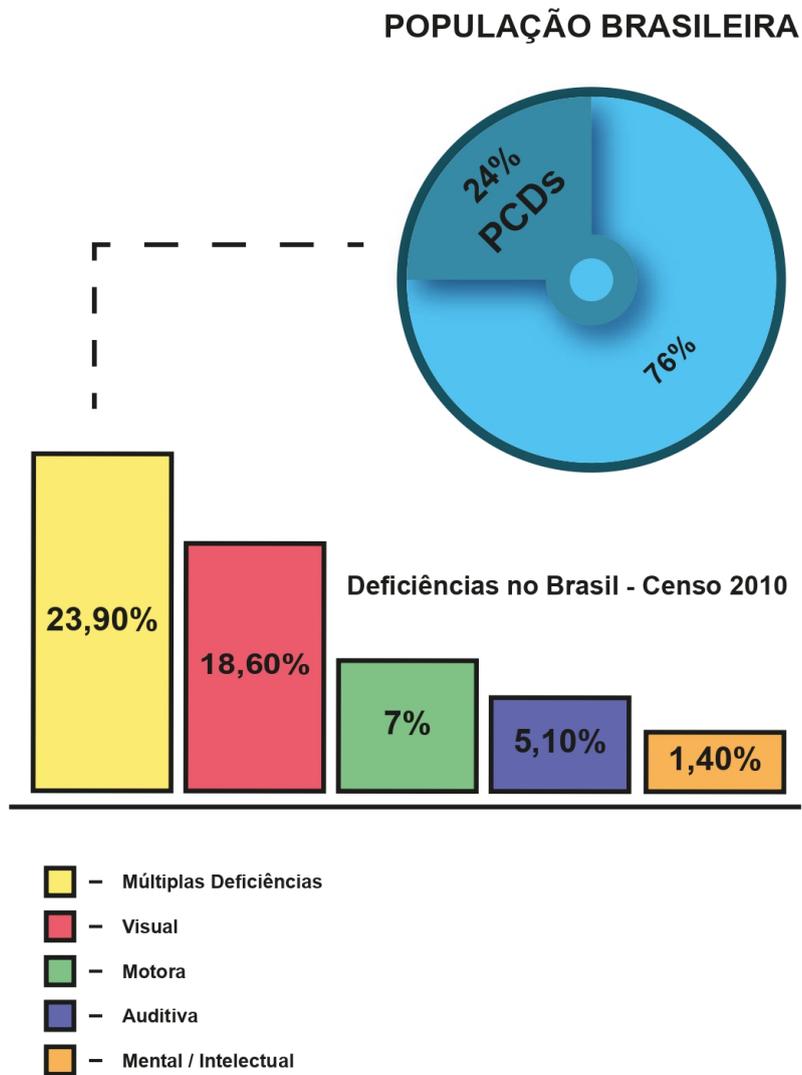
Um bom atendimento inicia na recepção do cliente e se estende até o pós-vendas, normalmente, a diferença entre uma venda bem sucedida com um cliente satisfeito ou os produtos parados nas prateleiras e lojas com pouco movimento.

Pesquisar junto ao mercado o perfil do vendedor varejista adequado para o ramo trouxe à tona qual é o profissional preparado que se busca hoje, desde a sua postura nas mais diversas situações até a sua formação teórico/prática. A dificuldade encontrada por profissionais varejistas em atender as pessoas com deficiência física, seja na abordagem (que de certa forma deveria ser uma tratativa igual a de uma pessoa sem deficiência) ou ser empático nas situações em que há a necessidade de auxílio com os instrumentos de locomoção do PCD.

Segundo IBGE (2020), no último Censo, realizado em 2010, cerca de 24% da população (aproximadamente 46 milhões de pessoas na época) possuíam alguma das deficiências investigadas: enxergar, ouvir, caminhar ou subir degraus ou alguma deficiência intelectual ou mental. Dentro das classificações das principais deficiências abordadas pela pesquisa, a deficiência visual foi a que esteve em evidência, como sendo de maior severidade.

Da população geral do Brasil, as pessoas com múltiplas deficiências correspondem a 23,9%. Os deficientes visuais (sejam eles de severidade baixa ou alta dentro da classificação) ficam com a porcentagem de 18,6%. A deficiência motora, onde entra a dificuldade em se locomover, cadeirantes, idosos e pessoas que usam muletas, está na faixa de 7%. Deficientes auditivos, sejam eles de classificação leve a severa, estão com 5,1% da população geral, e deficientes mentais e intelectuais com 1,40%. Estes dados podem ser observados na Figura 1.

Figura 1 : Faixa correspondente à população com deficiência no Brasil em 2010



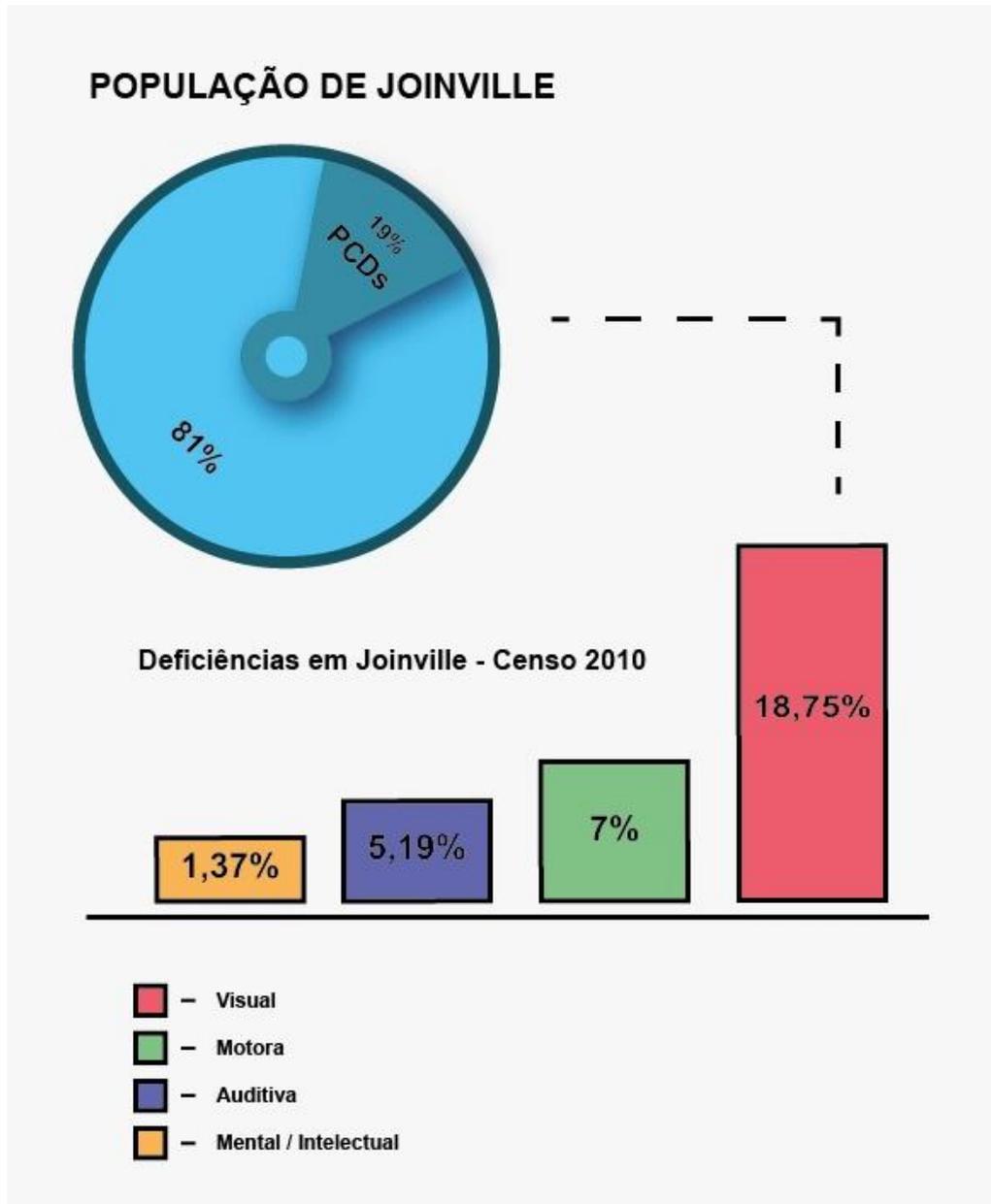
Fonte: Adaptado IBGE (2020);

O IBGE (2020) contabilizou também no último Censo que na região de Joinville, da população geral, que contabilizava cerca de 515 mil habitantes, aproximadamente 100 mil pessoas declaravam-se com algum tipo de deficiência.

A limitação mais comum apresentada pelos moradores da região, assim como na pesquisa nacional, foi a limitação visual, com 18,75% da população geral. A

dificuldade para se locomover é a segunda mais comum entre os moradores de Joinville, apresentando a porcentagem de 6,95%. Deficientes auditivos possuem a faixa de 5,19% e mentais e intelectuais 1,37%. Estes dados podem ser melhor observados na figura 2.

Figura 2 : Faixa correspondente à população com deficiência em Joinville em 2010

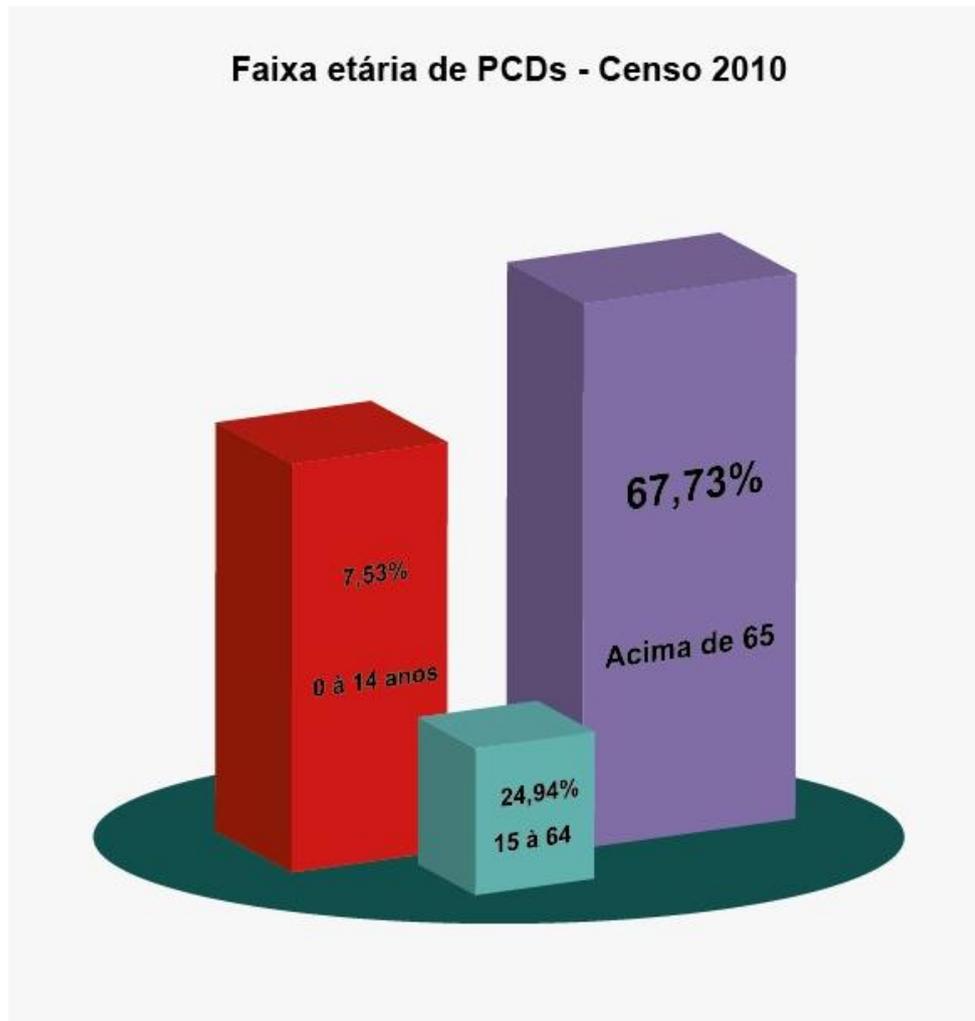


Fonte: Adaptado IBGE (2020);

Também na pesquisa do Censo 2010, outro ponto que se destaca é a idade das pessoas com deficiências, que em sua grande maioria é acima dos 65 anos, limitações que apresentam-se por características da idade. Estes dados podem ser

melhor observados na figura 3.

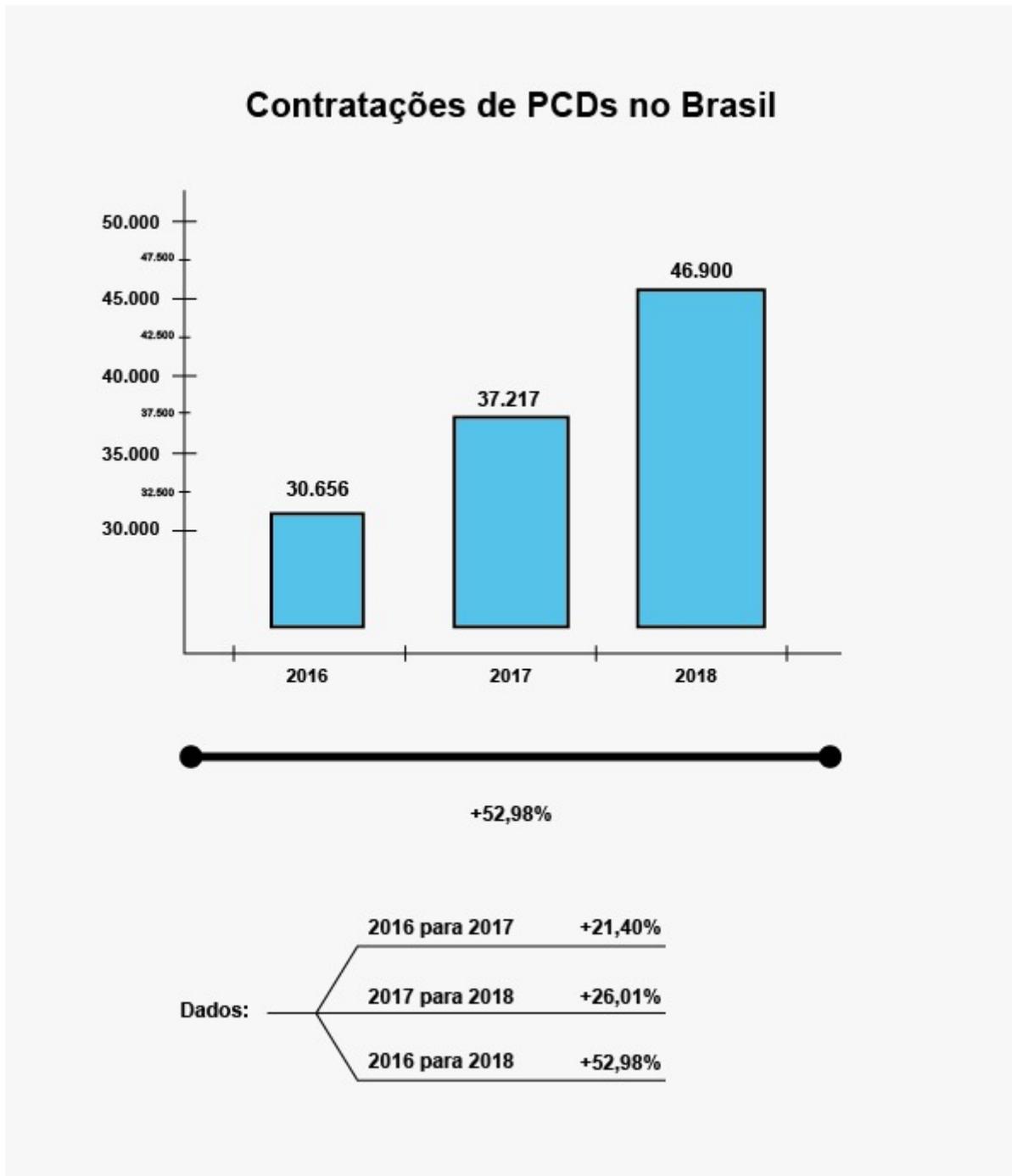
Figura 3 : Idade da população com Deficiência no Brasil em 2010



Fonte: Adaptado IBGE (2020);

Vale destacar que 100.000 pessoas fazem parte do grande mercado consumidor de Joinville e região e, de certa forma, representam 19% do todo. Trata-se ainda de um público que vem experimentando ao longo do tempo a inclusão, como demonstra a figura 4, que apresentando dados nacionais, mostra um crescimento no número de contratações de pessoas com deficiências:

Figura 4 : Contratações de PCDs no Brasil



Fonte: Adaptado Ministério do Trabalho (2020);

Em uma análise mais detalhada, de 2016 para 2017 houve um crescimento de 21,40% nas contratações e de 2017 para 2018 cerca de 26,01% de crescimento. Em dois anos, houve um acréscimo de 52,98% na entrada de pessoas com deficiências no mercado de trabalho, conforme demonstrado pela figura 4. Seja como efetivo ou no programa de aprendizes, o auxílio da lei das cotas faz com que essas pessoas

tenham cada vez mais autonomia, movimentem o comércio local, busquem suprir suas necessidades e dependam cada vez menos de terceiros para suas atividades.

Entende-se que a Univille, como referência regional em ensino, pesquisa e extensão, pode ser excelente parceiro para este projeto, por meio de sua área de educação continuada.

Com base no exposto, pode-se apresentar a questão de pesquisa que norteia este projeto.

1.3. Questão de Pesquisa

Considerando a relevância de se fazer um bom atendimento e a grandeza tanto do ramo varejista quanto do mercado PCDs, surge a questão de pesquisa: Como realizar um bom atendimento inclusivo às pessoas com deficiência física no varejo?

1.4. Objetivos

Para que a questão de pesquisa seja adequadamente respondida, faz-se necessário determinar os objetivos.

O objetivo geral foi definido como: desenvolver uma proposta de qualificação EAD para o atendimento inclusivo no varejo, para a Univille.

Os objetivos específicos são as etapas para alcançar o objetivo geral, sendo:

- ✓ Mapeamento de competências e características do profissional de vendas no ramo varejista na região de Joinville;
- ✓ Mapear as principais necessidades de atendimento dos clientes portadores de deficiências físicas no varejo;
- ✓ Desenvolver e validar as diretrizes com parceiros para o preparo do profissional de vendas no atendimento inclusivo de pessoas portadoras de deficiências físicas;
- ✓ Compreender a modalidade EAD oferecida atualmente pela Univille;
- ✓ Compilar as diretrizes geradas em assuntos similares e, através delas, elaborar um planejamento de módulos para um curso de qualificação profissional;
- ✓ Gravar vídeos pilotos a fim de validar o trabalho junto a comerciantes de Joinville- SC;

Espera-se que o objetivo geral seja alcançado através da pesquisa com o uso das ferramentas, de forma prática, respondendo a principal questão do trabalho.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Para a realização deste projeto faz-se necessário um levantamento bibliográfico dos assuntos Design Thinking, Ciclo PDCA, profissional de vendas, atendimento, inclusão e deficiência, e por fim, Educação à Distância ou Híbrida. Estes temas foram previamente definidos durante as leituras iniciais, as disciplinas cursadas no mestrado e as orientações presenciais.

2.1.1. Design Thinking

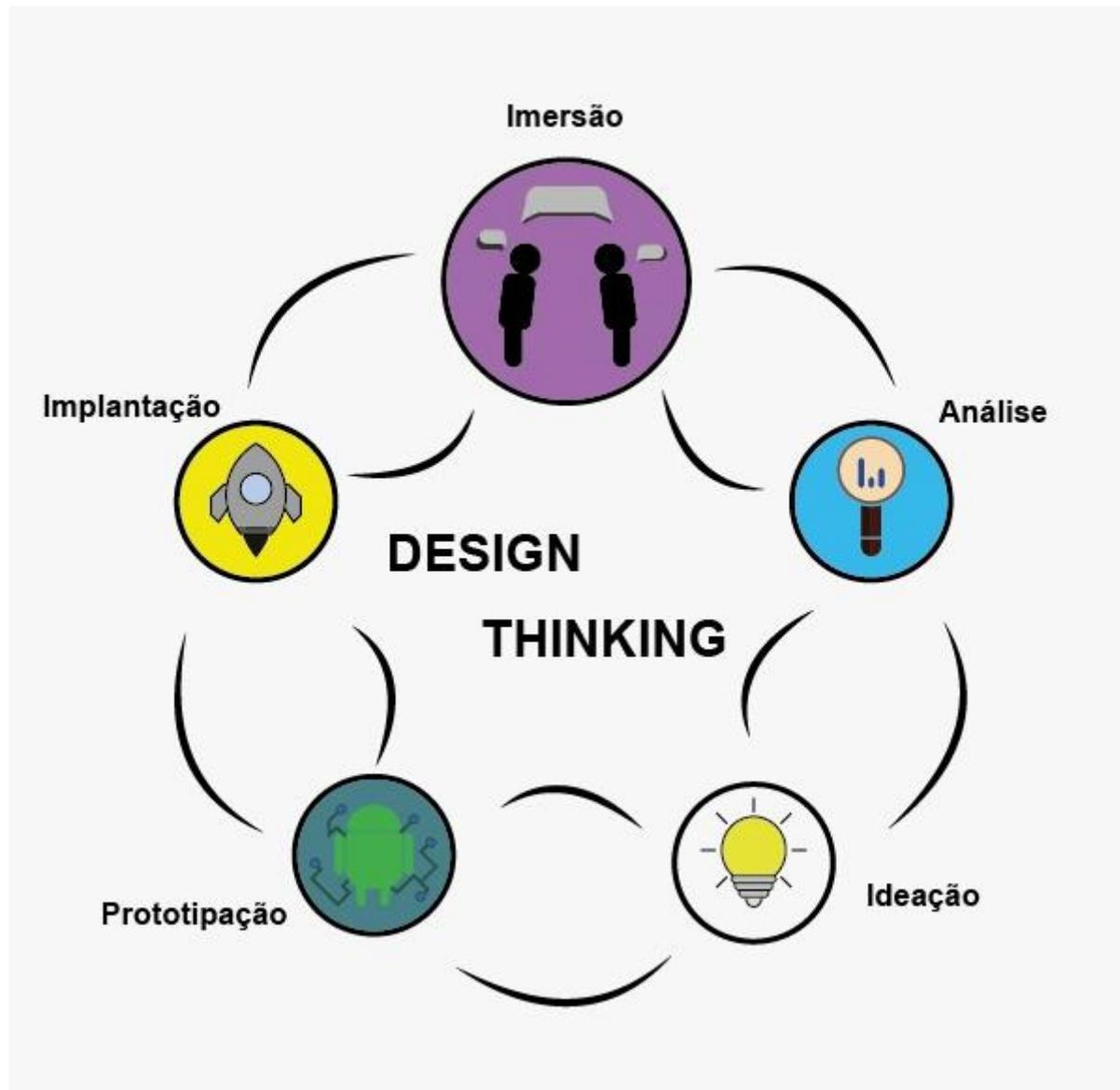
Existe dentro do Design uma modalidade chamada Design Thinking em que constam macroetapas, e em cada uma delas, aplicam-se ferramentas de verificação a fim de validar cada uma.

FIA (2018) conceitua Design Thinking como a ferramenta do “pensar” e que traz consigo ferramentas para a resolução de problemas ou a criação de produtos e processos e que valoriza a empatia e a criatividade para inovação com a sua mais forte característica: Multidisciplinaridade. O autor também ressalta que os pilares do Design Thinking são a inspiração, empatia, criatividade e aprender com os erros.

Viana et. Al (2012) propõem como sendo as fases do Design Thinking: Imersão, Ideação, Prototipação, Análise e Síntese, sendo de natureza não linear e versátil, ou seja, uma das opções totalmente adaptáveis ao problema ou natureza do projeto em questão.

As etapas do Design Thinking podem ser melhor observadas na figura 5.

Figura 5 : Design Thinking



Fonte: Primaria (2019)

O quadro 1 foi adaptado de FIA (2018) e Viana et. Al (2012) sendo que os autores, respectivamente, explicam o que acontece em cada fase do Design Thinking e as ferramentas ou ações para cada fase:

Quadro 1 : Fases do Design Thinking

<u>Fases do Design Thinking</u>	<u>O que acontece?</u>	<u>Ferramentas / Ações</u>
Imersão	Aproximação das pessoas e o levantamento de informações	Formação da equipe, entrevistas e trabalhos de campo, brainstorming, entre outros
Análise	Organizar os dados e identificar as oportunidades	Representações gráficas, diagramas, quadros, mapas conceituais etc.;
Ideação	Gerar ideias inovadoras a partir das análises	Criatividade da equipe em buscar soluções
Prototipação	Fazer um primeiro modelo/teste da ideia	Modelo simples e feitos ajustes necessários para a próxima fase
Validação	Apresentada a proposta e validada ou não pelo cliente final	Se não validada, volta ao início do ciclo, e se validada, é lançada e entregue

Fonte: Adaptado de FIA e Viana et Al (2019)

Por meio do quadro 1 percebe-se que o design thinking possui uma flexibilidade quanto ao uso das ferramentas em cada macroetapa, ou seja, não há limite para a quantidade de ferramentas a serem usadas e tampouco o método de análise: se de forma intuitiva ou de raciocínio lógico.

2.1.2. Ciclos PDCA e DMAIC

O ciclo PDCA desenvolvido por W.E. Deming, é uma ferramenta de qualidade muito utilizada na área industrial onde sua finalidade é identificar a causa de problemas ou gerar melhorias através do seu ciclo.

Slack et al. (2018) explica melhor cada etapa do ciclo :

- ✓ Plan (planejar) que envolve coletas de dados iniciais, examinar o processo que está sendo utilizado e traçar possíveis planos de ações para serem discutidos.
- ✓ Do (fazer) em o plano discutido que é testado na operação e feitos os ajustes necessários. São pequenos ciclos, se não houve sucesso em sua aplicação, volta a fase anterior.
- ✓ Check (checar) é a fase em que a solução encontrada é implantada e avaliada para verificar se resultou no desempenho esperado pela equipe.
- ✓ Action (Agir) neste estágio a mudança é efetivada. Se não for bem-sucedida é feito um relatório e o ciclo é reiniciado para verificar novas possibilidades.

A figura 6 ilustra o processo:

Figura 6 : Ciclo PDCA



Fonte: Primaria (2020);

O quadro 2 é um resumo adaptado de Slack et al (2018) para o processo a fim de simplificar a visualização do ciclo:

Quadro 2 : Fases do Ciclo PDCA

<u>Fases do Ciclo PDCA</u>	<u>O que acontece?</u>	<u>Ferramentas/Ações</u>
Plan (Planejar)	Formação da Equipe e levantamento de dados iniciais	Formação da equipe, Reuniões de Brainstorming, Coletas de dados iniciais etc.
Do (Fazer)	Organização de dados, efetuação de testes na operação e identificação de possíveis soluções.	Reuniões de Brainstorming, Diagrama de Ishikawa, Análise de Hipóteses, 5 porquês etc.
Check (Checar)	Solução encontrada e testada.	Plano de Ação é colocado em prática: Os membros da equipe fazem suas atividades e se reúnem de tempos em tempos para documentar os acontecimentos.
Action (Agir)	Implantar e validar a melhoria.	Implantação da melhoria e coleta de dados finais para comparações com os dados iniciais. Se não houver sucesso, é feito um relatório e volta ao início do ciclo

Fonte: Adaptado de Slack et Al (2018)

No ciclo DMAIC, segundo Brait et al. (2014), que é uma versão melhorada do PDCA, são definidas as fases como:

- ✓ *Define* (definir) o problema e definir o alvo ou as metas do processo.
- ✓ *Measure* (mensuração) é onde se avalia o problema, se vale a pena ser resolvido através de levantamento de dados e análises iniciais.
- ✓ *Analyse* (análise) é a fase onde as hipóteses são levantadas e o problema raiz identificado. As hipóteses são validadas pelas análises.
- ✓ *Improving* (melhoramento) do processo, é onde desenvolvem-se as ideias para a solução do problema, testes para as soluções (se funcionar, são implementadas);
- ✓ *Control* (controle) onde o processo é monitorado para checar se houve os resultados esperados.

A figura 7 , assim como a figura 6 do ciclo PDCA ilustra o seu respectivo processo:

Figura 7: Ciclo DMAIC



Fonte: Primaria (2020)

E o quadro 3, demonstra de uma forma simples um resumo adaptado de Braitt et al. (2014) para o ciclo DMAIC:

Quadro 3: Fases do Ciclo DMAIC

<u>Fases do Ciclo DMAIC</u>	<u>O que acontece?</u>	<u>Ferramentas/Ações</u>
<u>Define (Definir)</u>	Definir o que se espera do Projeto	Formação da equipe, Análise dos Históricos de indicadores de desempenho (KPIs), Análise dos mapas de processos, verificar a possibilidade de possíveis entrevistas com clientes e coletas de dados iniciais se for o caso e entre outros.
<u>Measure (Mensuração)</u>	Conhecer e observar como andam as coisas	Fluxogramas, Histogramas, Diagrama de Ishikawa, Pareto, Mapeamento de processo e analisar a cadeia de valor. Pode usar outras ferramentas como gráficos de tendência etc.
<u>Analyse (Análise)</u>	Análise de dados levantados	Analisar os dados de forma que demonstre gráfica e estatisticamente os resultados
<u>Improving (Melhoramento)</u>	Propor, priorizar, testar e executar as soluções	Implementar as melhorias e descobrir se o processo de fato é qualificado e validado
<u>Control (Controle)</u>	Monitorar os resultados obtidos	Controle do processo através de ferramentas gerenciais como controle estatístico, relatórios etc.

Fonte: Adaptado de Braitt et Al (2014).

Tendo como ciclos encontrados, usualmente nas áreas industriais, os Ciclos PDCA e a sua versão atualizada DMAIC possuem pontos de grande similariedade com o Desing Thinking. A figura 8 demonstra um comparativo entre eles:

Figura 8: Compação entre as etapas do Desing Thinking, Ciclo PDCA e Ciclo DMAIC

Fases do Design Thinking	Fases do PDCA	Fases do DMAIC	Ferramentas em comum entre o Design Thinking, PDCA E DMAIC	Descrição das Fases
Imersão	Planejar (Plan)	Definir (Define)	Brainstorming, Entrevistas de campo, Formação de equipes, levantamento de dados iniciais, entre outros.	Formação da equipe de trabalho, levantamento dos dados iniciais, expectativas do projeto;
Análise	Planejar (Plan)	Mensurar (Measure)	Diagramas, Fluxogramas, Histogramas, Mapas conceituais, entre outros.	Organização e análise dos dados levantados para encontrar soluções ao problema;
Ideação	Fazer (Do)	Analisar (Analyse)	Matriz de alinhamento, Mural de possibilidades, Teste de Hipóteses, entre outros.	Identificar e gerar soluções a partir da análise dos dados;
Prototipação	Checar (Check)	Melhorar (Improving)	Coleta de dados, Desenhos, Fotos/Vídeos comparando processo que foi melhorado, Gráficos Comparativos, entre outros.	Desenvolver e testar as soluções no ambiente em questão;
Validação	Agir (Action)	Controlar (Control)	Coletas das informações finais, Acompanhamento do processo, Descrição dos resultados, Controle Estatístico em geral, entre outros.	Efetuar a mudança ou lançar a ideia e comparar os resultados para confirmar se houve a melhoria esperada;

Fonte: Primária (2020)

Observando a Figura 8, que o Design Thinking, Ciclo PDCA e DMAIC apesar de serem técnicas de resolução de problemas em áreas distintas usam várias ferramentas iguais em suas etapas.

Se considerar o Design Thinking um ciclo, por ter em sua característica de poder avançar ou retornar as macrofases (quando há a necessidade de correção em algum processo – Figura 5), trás a tona outro fator de semelhança entre as técnicas de melhorias.

Apesar do Design Thinking ser mais intuitivo, é possível fazer sua soma como uso das técnicas da Engenharia, uma vez utilizadas em ambas. O desenvolvimento de novas soluções está na forma de como aplicar e aproveitar o máximo do conhecimento do indivíduo e estar aproximando técnicas que reúnem a criatividade (Desing Thinking) e a análise (PDCA, DMAIC) sugerindo novos meios de aplicação em áreas usualmente aplicadas.

2.2. O Profissional de Vendas

O profissional de vendas, voltando os olhos ao vendedor, é a pessoa que está em contato direto com o cliente: responsável por movimentar toda a empresa. Este profissional tem como função, oferecer seus produtos e dispor de todo o seu conhecimento, cativando com sua maneira de conversar e sua disposição e resolver o problema de quem vem buscar uma solução para o seu dia a dia. O gestor, por sua vez, precisa estar sempre atualizado em termos de conhecimento para que seu desempenho frente a equipe seja satisfatório e que ele pense não só no resultado final, mas em todas as partes do processo.

2.2.1. Características do Profissional de Vendas

Ao se pensar em contratar um vendedor, busca-se sempre uma pessoa que tenha algumas qualidades. Braga (2014) fez um levantamento dos principais pré requisitos para um profissional que visa ter um desempenho de um vendedor de nível superior aos demais:

- ✓ Estar sempre atrás de aprendizado e se atualizar quanto a produtos e suas tecnologias;
- ✓ Gostar da sua profissão e buscar nela o seu engajamento;
- ✓ Ser autoconfiante e não se abalar ao primeiro obstáculo ou crise que lhe aparecer;
- ✓ Mais que vendedor ser um consultor, conhecendo as necessidades do seu cliente e sabendo qual o produto que vai suprir sua demanda;
- ✓ Vendedores comuns falam de preços, descontos, prazos e por muitas vezes forçam as vendas, vendedores profissionais, por sua vez, agregam valor ao produto mostrando ao cliente porque ele tem aquele preço e qual o verdadeiro diferencial em estar levando aquele item;
- ✓ Cativar e fidelizar seus clientes com um serviço dedicado;

Mais que vender os produtos, o vendedor precisa vender a si próprio com sua

simpatia e outras características, Moreira (2017) fala que precisa ter um engajamento diário e não desanimar mesmo que a venda não seja realizada; há o uso da inteligência emocional que necessita ser usada; esta abordagem inclui características como:

- ✓ Ser apaixonado pela profissão, realmente gostar de vender. Válido para todas as profissões;
- ✓ Busca por conhecimento, seja ele técnico ou não, torna a pessoa atualizada;
- ✓ Saber ouvir o cliente e estar preparado para resolver os problemas quando surgirem;
- ✓ Estar disposto a servir e ajudar e ter humildade para aprender com os erros;
- ✓ Ter confiança no seu trabalho e valorizar a sua profissão;
- ✓ Ser pacientes e saber a hora certa de falar. Ele sabe a hora certa de concretizar uma venda e deixam as coisas fluírem ao seu tempo.
- ✓ Geralmente vendedores possuem metas e objetivos para serem produtivos e comparando com a vida, nos tiram da zona de conforto. O autor fala que o profissional está sempre buscando sair de seu conforto para alcançar seus melhores resultados.
- ✓ A ética e a honestidade precisam estar sempre presentes, cumprir o que prometeu, ter bons modos e sempre falar a verdade é uma maneira de fidelizar os clientes;
- ✓ Proatividade faz parte de um vendedor ativo, ele sempre está em busca de melhorar;
- ✓ Respeito pelo cliente e entender que sua decisão final da compra do produto cabe somente a ele. Isso vale também aos seus colegas de trabalho, ajudar um colega vai gerar um clima de empatia;

Muito mais do que apenas colocar os produtos no balcão, Braga (2014) e Moreira (2017) enfatizam a importância de gostar da profissão e ter empatia pelo cliente. O atendimento e o carisma do profissional atrai, além da clientela e sua fidelização, bons frutos profissionais como aumento de salário e bonificações, chances de boas propostas de trabalho por sua boa performance.

2.2.2. Formação do profissional de vendas

Conforme a tecnologia vem tomando conta do mundo, e de forma acelerada, mudanças significativas vem acontecendo afetando mercado de trabalho e por consequência exigindo com que os trabalhadores e empregadores acompanhem essa corrida. As pessoas que buscam qualificação profissional, saem com um conhecimento genérico dos cursos universitários e Lacombe (2011) fala que cada empresa tem sua particularidade e assim que contratam seus funcionários precisam qualifica-los através de capacitações internas, ou contratam empresas externas para dar cursos de qualificação dentro de suas empresas a fim de capacitar seus empregados.

Clein; Toledo e Oliveira (2013) deixam em destaque que a empresa pode e deve incentivar seus funcionários a se qualificarem, oferecendo cursos ou até mesmo subsidiarem parcialmente que acharem propícios. Com a formação, planos de carreira e aumentos de salários também são alternativas para auxiliar no incentivo.

Segundo RHPORTAL(2015) algumas mudanças consideráveis no comportamento do profissional que tenha se qualificado e se desenvolvido, como:

- ✓ Repassa o seu conhecimento, pois passou por todo um capacitação/desenvolvimento e entende da importância de seus colegas também estar a par das informações;
- ✓ Desenvolve suas habilidades em suas funções e busca conhecer outras atividades;
- ✓ Desenvolve seus comportamentos positivos e modifica suas atitudes negativas, procura sempre estar melhorando sua postura para com seus colegas de trabalho e leva isso para sua vida pessoal;
- ✓ Desenvolve seus conceitos e ajuda as pessoas a pensar de uma maneira ampla e global, analisar os fatos como um todo e também aos detalhes;
- ✓ Constrói suas competências pessoais em conjunto com a empresa;

As consequências positivas que a qualificação traz para o profissional fazem com que o ganho seja não só pessoal, mas para a empresa. Profissionais qualificados buscam trabalhar em equipe, analisam os detalhes e ensinam o que sabem para

equalizar a equipe a fim de todos conseguirem trabalhar no mesmo ritmo.

2.3. Atendimento

Ao falar de bom ou mau atendimento, vem logo na cabeça atendimentos dinâmicos com um vendedor que sabe o que está vendendo contrastando com uma pessoa engessada e que tem em sua função como aquela pessoa que não conseguiu o sucesso na profissão de seus sonhos e decidiu ser vendedor.

Consultores de vendas estão investindo em vendas construtivas, ou seja, aquela venda que ao invés de focar no produto em si durante o atendimento inteiro, o vendedor desenvolve uma conversa com o cliente identificando quais são as reais necessidades do consumidor para então partir para o produto que realmente vai agregar em seu dia a dia.

A partir do momento em que o profissional saber agregar valor em seu produto, ele vai deixar de ser um vendedor e vai passar a ser um consultor na área de vendas, adquirindo a confiança dos seus clientes e passando a fidelizar os mesmos. A seguir os tópicos referentes a atendimento;

2.3.1. Efeitos de um bom atendimento

Ao definir atendimento, Kotler (2007) fala que, se feita de modo certo, além da fidelização dos clientes os mesmos farão a propagação da empresa para outras pessoas. Um cliente que está satisfeito com um serviço ou produto volta a procurar o estabelecimento e contam as pessoas próximas sobre a boa experiência, e do mesmo jeito, o cliente insatisfeito fará a depreciação do serviço ou produto e se mudará para a concorrência.

Lima (2012) reforça que a importância de um bom atendimento para as empresas, pois é com ele que vem a conquista e fidelização dos clientes, a força da marca, gerando competitividade.

2.3.2. Distinção do atendimento para os diversos públicos

Em geral, todos os clientes devem ser tratados com respeito e atenção durante sua estadia no varejo. Aguiar (2014) fala de alguns cuidados quanto ao atendimento a públicos como pessoas com deficiências, que além de serem tratados com respeito e carinho (assim como todas as pessoas) precisam de adequações nas dependências físicas das lojas para sua acessibilidade conforme legislação vigente.

O autor fala de como melhor atender algumas deficiências, tais como:

Cadeirantes tem as suas cadeira de rodas como uma extensão de seu corpo, então, é de extrema importância perguntar para a pessoa se ela necessita de ajuda antes de manuseá-la. As pessoas que usam muletas tem um andar mais lento, então, é importante acompanhar o ritmo e verificar se há obstáculos durante o percurso. Para idosos o atendimento necessita de um pouco de paciência, pois muitos tem limitações auditivas, visuais e muita carência de atenção, que faz do vendedor um ouvido que talvez não tenha em casa.

2.4. Inclusão e Deficiência

Ao falar de inclusão, normalmente se tem em mente rampas de acesso e lugares acessíveis para pessoas com dificuldades de locomoção, mas pouco se pensa no preparo para a recepção e o bom atendimento para o público com deficiência física e incluí-lo de fato na sociedade de modo a fazer com que essa pessoa se sinta parte de um todo.

2.4.2. Melhores práticas para a inclusão no varejo

Freedon (2018) ao citar a lei da inclusão, que tem como objetivo trazer igualdade todas as pessoas com deficiências, faz com que as empresas busquem adequações em seus espaços físicos e façam com que as pessoas tratem por igual todos os que possuem alguma deficiência; neste sentido, Xavier (2019) também, traz

a lei 8.213/1991 que determina que 2% a 5% de seus funcionários tenham alguma deficiência, que visa a inclusão do público PCD no mercado de trabalho. Conhecida como lei das cotas, tem como objetivo que pessoas com deficiências tenham condições mínimas de trabalho, tenham convívio em sociedade, e também para a empresa contratante promover entre os seus funcionários o desenvolvimento de pessoas e a quebra de preconceitos. Uma empresa que contrata pessoas com deficiências, segundo Xavier (2019), serve como ferramenta que conscientiza e estimula as pessoas a serem abertas ao diferente.

2.4.3. Definição de Inclusão e deficiência física

Freedon (2018) fala sobre a inclusão e refere-se a lei 13.146/2015 que traz a equiparação do deficiente físico para a sociedade, fazendo com que o preconceito diminua para com essas pessoas e Metadados (2016) fala que trabalhar a inclusão é um dever de todas as empresas, pois fazer com que as pessoas interajam faz com que as leis sejam cumpridas e os preconceitos sejam quebrados.

O conceito de deficiência física, segundo a Lei 3.298/ 1999 Artigo 4 é:

“Alteração completa ou parcial de um ou mais segmentos do corpo humano, acarretando o comprometimento da função física, apresentando-se sob a forma de paraplegia, paraparesia, monoplegia, monoparesia, tetraplegia, tetraparesia, triplegia, triparesia, hemiplegia, hemiparesia, amputação ou ausência de membro, paralisia cerebral, membros com deformidade congênita ou adquirida, exceto as deformidades estéticas e as que não produzam dificuldades para o desempenho de funções.”

O Ministério da Saúde (2019) define a pessoa com deficiência como aquela que tem alguma dificuldade de média ou longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial que pode atrapalhar suas atividades e convívio em sociedade, comparando com as demais pessoas. World Health Organization (1993) traz como conceito de deficiência qualquer anomalia física ou psicológica podendo ser temporárias ou não que venha atrapalhar seu convívio em meio as demais pessoas e para seus afazeres.

2.4.4. As categorias de deficiências

Dentre as categorias de deficiências existentes, as mais comuns, segundo Brasil (2006) são:

- ✓ **Deficiência Visual** que é a redução ou perda das funções básicas do sistema visual que estão dentro dos dois grupos: Cegueira, que consiste na perda total da visão e a baixa visão onde há o comprometimento da visão mas pode ter tratamento corretivo.
- ✓ **Deficiência Auditiva** onde há a perda total ou parcial da audição em um ou nos dois ouvidos causado por doenças ou vindo do nascimento do indivíduo. Há as Condutivas- geralmente de grau leve a moderado, Sensorineural- podem ser de grau leve a severo no nervo auditivo, Mista- são perdas condutivas e sensorineurais em ambos os ouvidos, Neural- Perdas profundas e permanentes e neste caso os implantes e aparelhos não conseguem auxiliar na audição pois o nervo auditivo está comprometido;
- ✓ **Deficiência Mental** Caracteriza pelo baixo rendimento causado por um mau funcionamento intelectual em geral. Dentre as categorias, há o Retardo Leve que é diagnosticado quando as crianças ingressam na escola onde apresentam déficits de aprendizado e comunicação ou funções acadêmicas superiores ao da média, Retardo Moderado onde o diagnóstico geralmente é feito com maior rapidez pois suas aptidões de comunicação e desenvolvimento são mais lentas e necessitam de supervisão constantes, Retardo Severo a comunicação é mínima e o desenvolvimento motor é muito afetado e necessitam de supervisão extensa; Retardo Profundo tem as funções de comunicação e motoras extremamente limitadas, na idade adulta muito pouco se observa quando ao desenvolvimento da comunicação e necessitam sempre de cuidados de enfermagem.
- ✓ **Deficiência Física** é conceituada como condição temporária ou permanente que impede ou compromete o indivíduo a sua mobilidade, coordenação motora de um modo geral por motivos de má formação, acidentes e entre outros.
- ✓ **Deficiência Múltipla** é a combinação de duas ou mais deficiências, como Física e Psíquica onde juntam-se as deficiências físicas com as intelectuais ou transtornos mentais, Sensoriais e Físicas em que o indivíduo pode ter deficiência auditiva e física ou visual e física, Sensorial e Psíquica deficiências auditivas/visuais a transtornos

psíquicos ou intelectuais, Física Psíquica Sensorial que traz ao indivíduo a deficiência física, visual e psíquica juntas ou física, auditiva e psíquica;

Por conceito, a deficiência é a incapacidade parcial ou total do indivíduo temporariamente ou permanente de modo a comprometer sua vida social. Considerando, de certa forma, praticamente todos já passaram por algum período em que as capacidades estiveram reduzidas (físicas por algum acidente ou psicológicas provenientes de transtornos depressivos). É preciso que, como profissional de vendas, ter empatia e respeito por qualquer que seja a limitação do cliente e tratá-lo com respeito e dignidade.

2.5 Educação EAD

O ensino passa, atualmente, por uma verdadeira metamorfose. Vive-se uma era, na qual tudo está acessível, inclusive o ensino.

Para Univille (2016) que em seu estatuto, no art. 56 define o ensino:

“O ensino constitui atividade sistemática de construção do conhecimento articulada à pesquisa e à extensão, por meio de processos de ensino-aprendizagem, com vistas a promover o desenvolvimento humano e a formação profissional”

Ou seja, se constrói o ensino através de um conjunto de atividades: sala de aula, pesquisas de campo, aprimoramento profissional. Juntando a teoria com a prática o indivíduo consegue, de fato, assimilar o conteúdo passado pelo professor.

Para Univille (2016) em seu regimento interno no art. 70, a definição de curso de graduação:

“O curso de graduação é a célula base da estrutura universitária para fins de gestão acadêmico- científica, didático- pedagógica, Administrativo-financeira e de lotação de pessoal”

Segundo esta definição, a graduação é a base de qualquer estrutura universitária, sem a graduação não há a existência de sala de aula ou recepção de faculdade.

Univille (2019) em seu conselho universitário art. 29 faz definição para a educação EAD:

“Por modalidade semipresencial compreende-se quaisquer atividades didáticas, módulos ou unidades de ensino e aprendizagem centrados na autoaprendizagem e com mediação de recursos didáticos organizados em diferentes suportes de informação que utilizem tecnologias de comunicação remota”

Para Litwin (2001) a expansão da modalidade serviu para alavancar projetos de ensino nas áreas profissionalizantes, capacitações de trabalho ou divulgações científicas e entre outras.

As pessoas conseguem ter acessos a cursos através da educação á distancia, nova modalidade de ensino que desponta e tem ganhado cada vez mais adeptos, mas engana-se quem acha que não precisa estudar: tudo é praticamente por conta do aluno e a disciplina exigida é redobrada.

Vasconcelos (2010) fala que os primeiros registros de ensino EAD datam a partir do século XVIII em Boston nos Estados Unidos em um anúncio de jornal para um determinado curso.

Maia e Mattar (2007) datam que no Brasil, há registro de anuncio de classificados que oferecia na época curso de datilografo por correspondência.

Houve varias etapas do Ensino EAD até a atual e segundo Silva (2018) constituem-se por três:

- ✓ Primeira etapa: através da correspondência em que o aluno, após se inscrever, recebe seu material de estudo em casa;
- ✓ Segunda etapa: ainda existe o material impresso, mas com o avanço da tecnologia, há a intervenção de televisão e rádio;
- ✓ Terceira etapa: ocorre atualmente, onde a internet é o meio de ensino, por vezes com aulas em tempo real.

O Ensino EAD evolui junto com a tecnologia, e conforme as descrições das etapas, passou do ensino por correspondência para aulas em tempo real.

Os desafios da modalidade EAD, segundo Preti (1996) está relacionado quanto a compor uma matéria de nível relevante.

Conhecida também como educação híbrida, o ensino a distância tem se

tornado tendência. Pessoas com a vida corrida, tem optado pela modalidade de educação EAD, como é conhecida, pela comodidade de ter como poder estudar em casa. A grande exigência em questão é a disciplina do aluno quanto ao estudo e foco nas leituras e aplicação das atividades para, de fato, conseguir êxito em seu aprendizado. Outro motivo da procura é o ensino continuado, que segundo Ldo Junior (2017) é a pessoa que busca estar em atualização constante, seja no campo pessoal, acadêmico ou profissional, é estar preparado para oportunidades ou situações e saber o que fazer e como agir corretamente.

3. METODOLOGIA

O presente trabalho, conforme descrito na sessão 1.1, faz parte do grupo de estudos denominado DSERV, no qual o primeiro levantamento sobre diretrizes de profissionais de vendas foi feito por VAZ (2018) que estudou o vendedor da indústria e desenvolveu diretrizes para vendas no segmento. O segundo trabalho foi desenvolvido por Gulgen (2019) que desenvolveu um programa de capacitação para vendedores de serviços.

Entende-se que no varejo, um profissional precisa estar apto para atender seus clientes de forma igual, independente de sua condição. Para este estudo, serão consideradas as categorias de deficiências físicas: cadeirantes, usuários de muletas e com dificuldade de locomoção, cegos ou de baixa visão, amputados. A decisão de trabalhar com este grupo se dá ao fato de ser pessoas que, em primeiro momento, quando entram em um estabelecimento comercial, chamam a atenção por sua condição física. Outro fator determinante é que são a grande massa da população com deficiências, como falado nos tópicos anteriores.

No trabalho de Vaz (2018) foi adotado que empresas de pequeno porte são de até 10 colaboradores, médio porte de 50 a 99 colaboradores e de grande porte acima de 100 colaboradores. Para este trabalho, considerou-se empresas de pequeno, médio e grande porte, conforme a definição do trabalho antecessor. Também seguindo o mesmo critério dos trabalhos anteriores, foi adotado a abordagem qualitativa, onde o foco não é a representação numérica, mas sim a qualidade e o devido aprofundamento do assunto.

3.1 Etapas do Processo

Conforme definido na sessão 2.2 o Design Thinking é um ciclo com macroetapas, onde aplica-se ferramentas de verificação a fim de validá-las. Como o percurso já é pré-definido, as macroetapas consistem na Imersão, Análise, Ideação, Prototipação e Implantação havendo uma flexibilidade no seu processo, podendo se necessário, retornar a fase anterior para as devidas correções.

Conforme a tabela 4 percebe-se uma aproximação entre o Design Thinking e

os ciclos PDCA e DMAIC considerando a formação da autora que é Engenheira de Produção, serão utilizadas ferramentas como: Coleta de Dados iniciais através de entrevistas de campo, Estratificação das informações via planilhas, Reuniões de Brainstorming com orientador e integrantes do grupo de estudos, Extratificações Gráficas das informações analisadas, Relatório geral (Diretrizes);

3.1.1. Macroetapa de Imersão

Para o primeiro momento, chamado de fase de imersão, a ferramenta para execução nesta etapa é a entrevista de campo. Seguindo o processo de pesquisa já realizado por Vaz (2018) e Gulgen (2019) foram entrevistados 3 gestores e 3 vendedores, de empresas de pequeno, médio e grande porte totalizando 18 profissionais conforme quadro 4:

Quadro 4: Amostragem com entrevistas dos profissionais de vendas no varejo;

	Gestores	Vendedores	
Pequeno Porte	3 Gestores	3 Vendedores	
Médio Porte	3 Gestores	3 Vendedores	
Grande Porte	3 Gestores	3 Vendedores	
Total	9 Gestores	9 Vendedores	18 Profissionais de vendas

Fonte: Primária (2019);

Ainda para a fase de entrevistas, mas em um segundo estágio, foi para campo para as entrevistas com os clientes sem deficiências e com deficiências físicas nas mais diversas modalidades (conforme quadro 5). Vale destacar que nas pesquisas anteriores a categoria clientes não foi desdobrada como no presente projeto

Quadro 5: Amostragem com entrevistas dos clientes no varejo;

	Entrevistas
Cliente com Deficiência	9
Cliente sem Deficiência	9
Total	18 Clientes

Fonte: Primária (2019);

Com o total de 36 respondentes (18 profissionais de vendas e 18 clientes) totalizou-se 11:00:00 horas de entrevistas. Logo em seguida, foram transcritas por um membro do grupo de estudos, validando a primeira macroetapa.

3.1.2. Macroetapa de Análise

Para a Macroetapa de Análise foram usadas as ferramentas de Estratificação (exploração de dados e gráficos), Relatório geral (Diretrizes); Houve também reuniões de Brainstorming com integrantes do grupo de estudos para orientações quanto a metodologia de trabalho.

Como partida do trabalho, foi feita a organização das entrevistas, de modo que fosse possível a técnica da leitura flutuante.

Segundo Bardin (2011) a Leitura Flutuante é um primeiro contato com o documento em questão, onde de fato, será analisado, interpretado e preparado formalmente o material de estudo.

A técnica foi usada intuitivamente, sendo selecionado os principais trechos da entrevista como demonstrado na figura 9;

Figura 9: Fragmento da leitura flutuante realizada

- |
- E2- Mostrar seu produto ao cliente e provar que seu produto é de boa qualidade
- E3- Passar para o cliente segurança no que está sendo comercializado seja qual for o produto
- E4- Eu acho que é identificar o que o cliente precisa e atender a necessidade do cliente, ao invés de simplesmente tentar bater meta, ou vender aquilo que ele quer vender, mas o principal eu acho que é vender o que o cliente precisa, ele identificar o que o cliente está querendo
- E5- ser responsável por mostrar o produto e vender... nossos vendedores são quem ficam cara a cara com os clientes
- E6- Eu como dono dos posto de gasolina acho que os frentista precisam estar sempre de olho no cliente, recebendo bem mas com um serviço rápido.
- E7- Eu acho que cada vez mais é um papel de facilitação. Acho que já foi o temo que as pessoas esperavam que o vendedor tivesse um papel mais ativo, eu acho que além de como gestora, como cliente, eu acho que é mais um papel de consultoria e de facilitação do processo de compra.

Fonte: Primária (2020);

Deste modo, as seleções feitas na leitura flutuante foram alocadas em uma planilha. A organização em planilhas são muito utilizadas nos ciclos PDCA's ou DMAIC's por serem ferramentas que facilitam a visualização e compartilhamento, ajudam a diminuir o consumo de papel e auxiliam se acaso precise de cálculos ou fórmulas. A planilha de estratificação de informações foi dividida nos principais campos de análise: contexto das perguntas, fragmento da entrevista onde estavam o conteúdo a ser analisado e as palavras-chave extraídas do conteúdo, conforme figura 10:

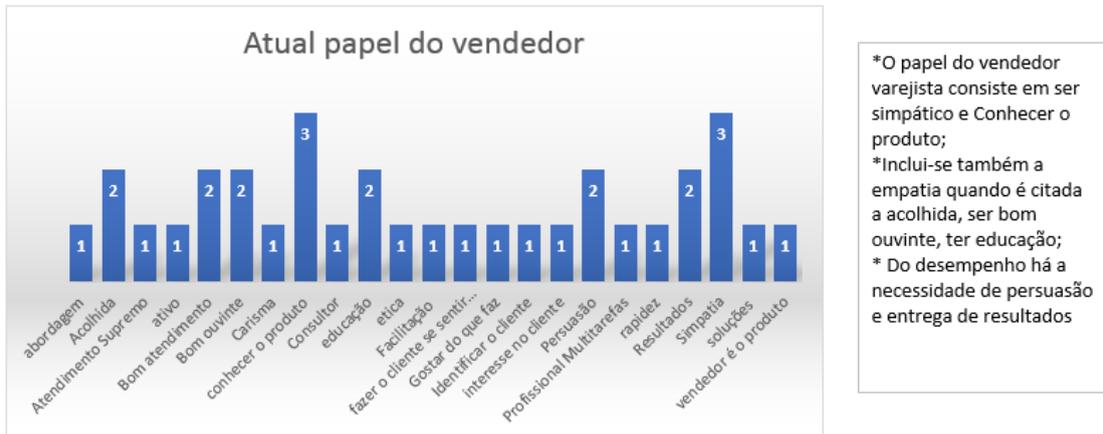
Figura 10: : Fragmento da planilha de análises (estratificação de informações) feitas;

Contexto	Vendedor	fragmento de Registro	Palavra Chave
Atual papel do vendedor no varejo	E1-	vc precisa mostrar os diferenciais do teu produto/serviço, qualidade, prestar um atendimento com excelência, muita simpatia pq vc não vende um produto apenas, o vendedor é o produto também a ser vendido pois muitas pessoas compram pela atenção que recebem e não pelo valor do produto em si.	vendedor é o produto
	E2-	Mostrar seu produto ao cliente e provar que seu produto é de boa qualidade	conhecer o produto
	E3-	Passar para o cliente segurança no que está sendo comercializado seja qual for o produto	conhecer o produto
	E4-	é identificar o que o cliente precisa e atender a necessidade do cliente	Identificar o cliente
	E5-	- ser responsável por mostrar o produto e vender... nossos vendedores são quem ficam cara a cara com os clientes	conhecer o produto
	E6-	Eu como dono dos posto de gasolina acho que os frentista precisam estar sempre de olho no cliente, recebendo bem mas com um serviço rápido.	rapidez
	E7-	Eu acho que cada vez mais é um papel de facilitação (...) eu acho que é mais um papel de consultoria e de facilitação do processo de compra.	Facilitação e Consultoria

Fonte: Primária (2020);

A Figura 11 é um exemplo da estratificação gráfica feita na fase de análises. Ferramenta advinda dos ciclos PDCA e DMAIC e adaptada ao Design Thinking para este projeto, mostrando as maiores incidências de respostas:

Figura 11: Estratificação gráfica utilizada para visualização dos dados e anotações



Fonte: Primária (2020)

Conforme a imagem 11, a distribuição das palavras chaves em suas respectivas perguntas e categorias, proporciona uma visualização rápida e traz um panorama geral para cada amostragem.

A partir destas análises que surgem as diretrizes (figura 12) para as macroetapas subsequentes, ou seja, das palavras chaves com maior frequência

tornar-se-ão os tópicos para a base de treinamentos dos profissionais de vendas.

Figura 12: Diretrizes geradas através das análises das entrevistas;

Diretrizes
O profissional de vendas de varejo precisa:
1 Conhecer o produto que está sendo comercializado a fim de tirar dúvidas e passar confiança durante o processo de vendas
2 Ser uma pessoa empática, ter respeito pelas pessoas com e sem deficiências
3 Necessita ser um profissional empenhado na sua entrega de resultados, procurando cumprir as diretrizes da empresa
4 Saber a necessidade do cliente, buscar entender o que ele procura e dar alternativas para o produto
5 Manter a motivação mesmo que seja em meio a turbulências, engajamento da equipe e procurar ficar longe de atritos internos
6 Manter-se respeitoso mesmo que não tenha respeito por parte do cliente
7 Ser persuasivo mas não forçar a compra
8 Manter uma boa apresentação pessoal e comportamental
9 Ter uma boa dicção
10 Tentar manter os problemas pessoais fora do horário de trabalho
11 Manter o foco no processo de vendas evitando conversas paralelas, uso indevido do celular e entre outros
12 Manter a qualificação profissional atualizada
13 Gostar de ser vendedor
14 Atender um cliente com ou sem deficiência da mesma maneira: com educação, respeito e ética
15 Evitar olhares, cochichos e sentimentos de pena quando o atendimento for a um pcd
16 ter um relacionamento de confiança com seus clientes, falando a verdade e buscando solucionar o problema do cliente
17 Não ter preguiça em vender
18 Buscar todas as possibilidades para o fechamento do negócio (descontos, formas de pagamento, fretes, etc)
19 Não olhar um deficiente físico como um doente, incapaz ou que não consegue pagar as suas contas
20 Ser educado e polido independente de qualquer situação

Fonte: Primária (2020);

A macroetapa de análise encerra com a formação das diretrizes do profissional varejista, que em geral, foca em um profissional concentrado em seu trabalho, motivado, ético e que gosta de seu trabalho. O vendedor é o profissional que entende o problema de seu cliente e procura resolver através da venda do produto ou serviço, respeita sua limitação e conquista a sua confiança.

3.1.3. Macroetapa de Ideação

Fazendo o uso das diretrizes geradas, conforme figura 12, para que a etapa de Ideação pudesse ser realizada, a autora realizou um curso para formação de docentes para o ensino semi presencial na própria Univille, com a finalidade de compreender a modalidade e elaborar o planejamento das vídeo aulas para os módulos do curso, seguindo as diretrizes institucionais.

Para elaborar o Plano de Ensino e Aprendizagem – PEA e o Guia Didático do curso, as diretrizes formadas na sessão 3.1.2 foram distribuídas em 6 categorias,

originando assim, os módulos:

- ✓ **Módulo - Introdução ao conteúdo:** Tem como objetivo apresentar, de uma forma geral, o aluno ao conteúdo do curso. A atividade proposta ao aluno no final do módulo é um vídeo de curta duração descrevendo como é ser um vendedor varejista;
- ✓ **Módulo - Conhecimento sobre o produto:** Neste módulo, a intenção é aumentar a confiança no profissional de vendas frente ao atendimento; Despertar no vendedor a importância de conhecer o produto que está sendo comercializado. A proposta de atividade é um questionário de múltipla escolha com o tema abordado;
- ✓ **Módulo - O funcionário:** Demonstra-se necessidade quanto ao preparo do funcionário quanto a sua postura, engajamento e o foco no processo de vendas. Neste módulo o objetivo é o desenvolvimento para sua motivação pessoal frente ao dia a dia de trabalho. A atividade proposta é a descrição de como manter o foco no processo de vendas através de um texto de uma folha;
- ✓ **Módulo - Atendimento ao cliente com deficiência:** A quebra de preconceitos e mudança no olhar a uma pessoa com deficiência se faz necessária. Um profissional que atende uma pessoa com deficiências de maneira natural, mas respeitando suas limitações é um profissional de se destaca no sentido humano. Propõe – se um vídeo de 1 a 2 minutos simulando um bom atendimento a pessoas com deficiências;
- ✓ **Módulo - Qualificação profissional do vendedor varejista:** A constante atualização do profissional, independente de qual seja a área de trabalho é inevitável. Um vendedor com a comunicação clara e com o máximo de informações é imprescindível na hora de uma negociação; A atividade no final do módulo é o relato da importância da sua qualificação para a vida profissional/pessoal como um todo através de um texto de uma página;
- ✓ **Módulo - Respeito ao cliente:** A importância de se ter respeito pelo cliente, ser polido independente das condições – sejam elas físicas, financeiras, vestimentas e entre outros – e ter ética no trabalho são indispensáveis ao profissional de vendas. É entender que sem o cliente não há empresa. A atividade solicitada no módulo é um vídeo de 1 a 2 minutos explicando como é ter respeito ao cliente – seja com ou sem deficiências.

Com o devido planejamento realizado com o preenchimento dos Guia Didaticos e Plano de Ensino e Aprendizagem – PEA para cada módulo, encerra-se a macroetpa

de ideação; os documentos podem ser melhor observados nos Apêndices de A a F.

3.1.4. Macroetapa de Prototipação

Para executar a etapa de prototipação foram utilizados dois planejamentos de módulos: “Introdução ao conteúdo” e “atendimento ao cliente com deficiência” ; para cada módulo, foram gravados 1 videoaula com a duração media de 5 minutos, todas nos estúdios da universidade, conforme figura 13:

Figura 13: Gravação do vídeo piloto nos estúdios da universidade



Fonte: Primária (2020);

Os dois protótipos foram enviados para comerciantes da região de Joinville – SC para que, depois de assistirem, respondessem um questionário online com 8 perguntas sendo que, as respostas estavam em uma escala: “concordo totalmente” e “discordo totalmente”. Tanto as perguntas, quanto as tabulações das respostas, poderão ser melhor verificadas, na etapa de implantação.

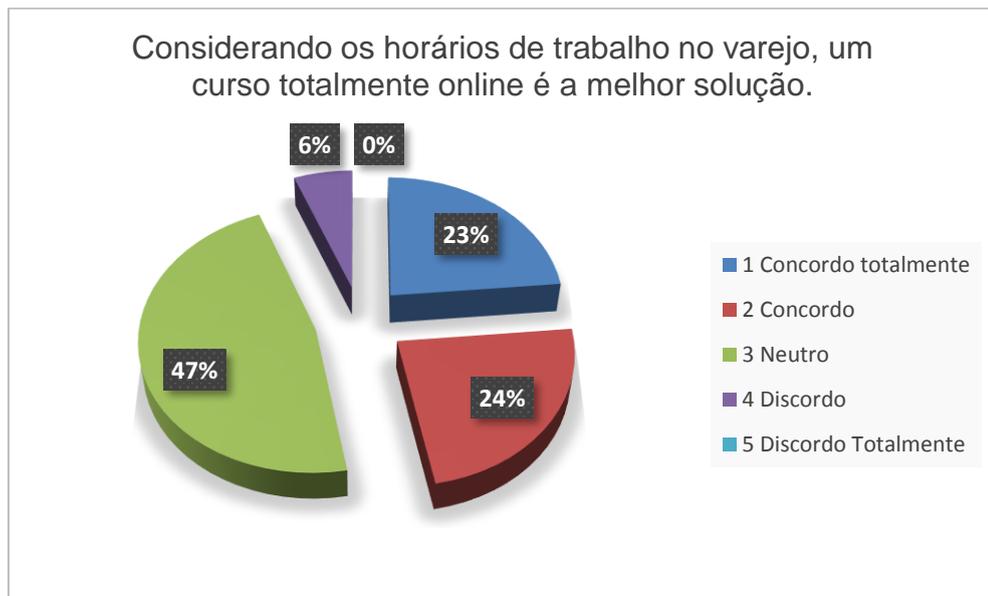
Um questionário online, bem como o material piloto foi disposto aos

profissionais de vendas de pequeno, médio e grande porte para estarem avaliando.

3.1.5. Macroetapa de Implantação

Nesta etapa, entre vendedores e gestores de pequeno, médio e grande porte foram 17 os respondentes de um breve questionário (Anexo no apêndice G). Na escala localizada ao lado direito do gráfico, o numero 1 corresponde a resposta “concordo totalmente” e o numero 5 como “discordo totalmente”. A seguir, o relatório gerado para cada pergunta e a porcentagem de suas respectivas respostas:

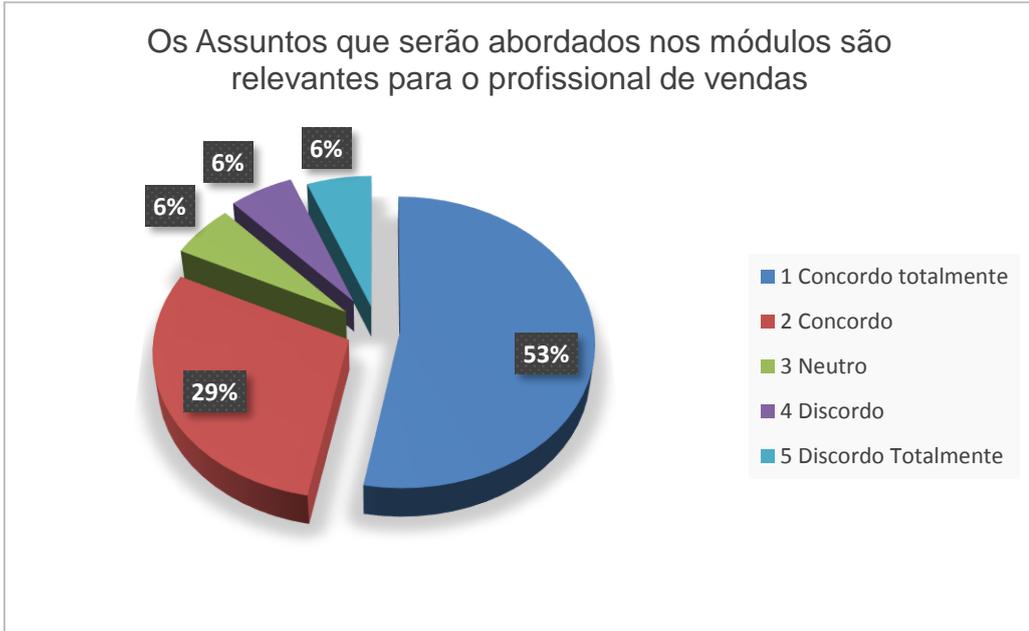
Figura 14: Relatório de respostas a questão 1



Fonte: Primária (2020);

Para a questão 1, conforme demonstrado na figura 14, a maior parcela respondente que corresponde a resposta “neutra” com 47%; a somatória das respostas “concordo” (com 24%) e “Concordo Totalmente” (com 23%) é de 47%, ou seja, considerando o horário de trabalho no varejo o que se conclui é, um curso totalmente online pode ser viável, uma vez que não houve respostas negativas para esta pergunta;

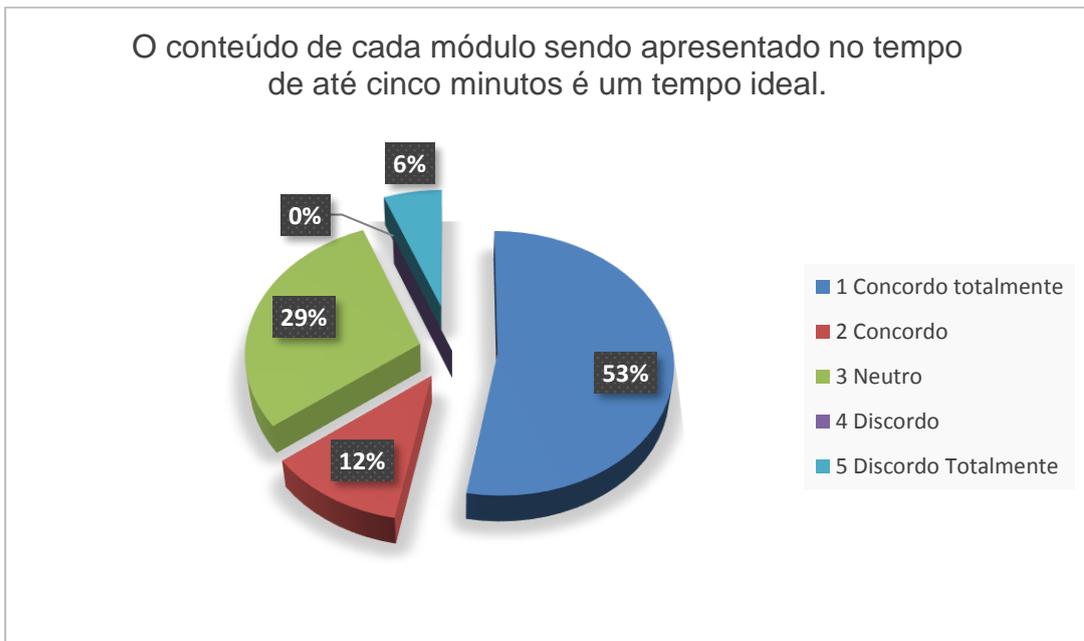
Figura 15: Relatório de respostas a questão 2



Fonte: Primária (2020);

Para a questão 2, conforme demonstrado na figura 15, 53% das respostas ficaram na escala de “concordo totalmente” e 29% como “Concordo” somando um total de 82% de resposta positiva, validando a segunda questão.

Figura 16: Relatório de respostas a questão 3

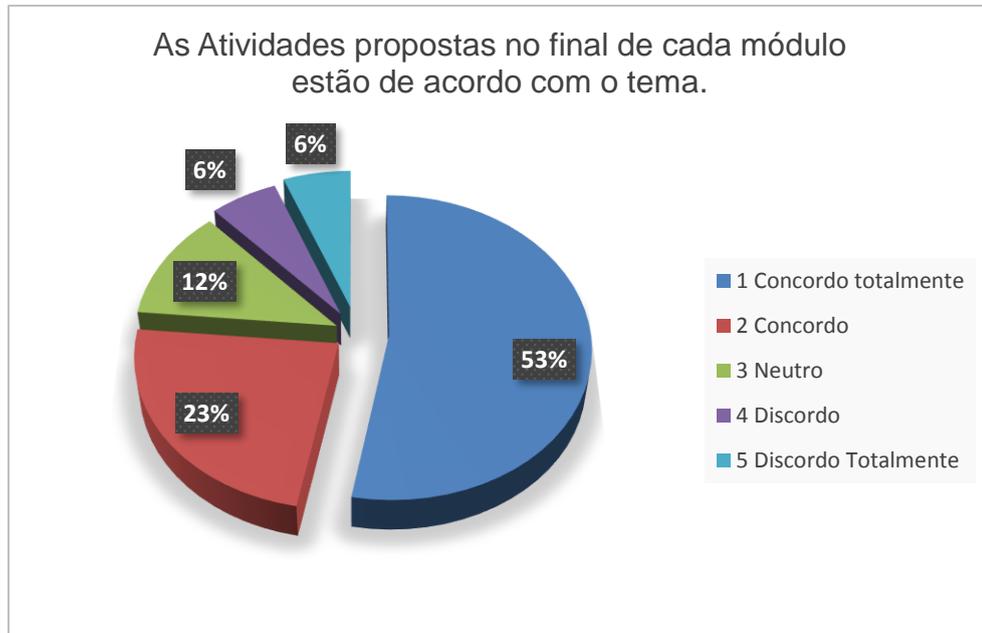


Fonte: Primária (2020);

Para a questão 3, conforme demonstrado na figura 16, 53% das respostas foram para a escala “concordo totalmente” e 12% para a escala “Concordo” totalizando 65% das

respostas positivas o que significa que o tempo de até cinco minutos é um tempo ideal para apresentar os conteúdos em cada módulo, validando assim a questão número 3;

Figura 17: Relatório de respostas a questão 4



Fonte: Primária (2020);

Para a questão 4, conforme demonstrado na figura 17, 53% das respostas ficaram na escala “concordo totalmente”, seguido de 23% para “Concordo” com um total de 76% de respostas positiva. Sendo assim, as atividades que foram propostas no final de cada módulo coerente com os temas abordados, validando a questão 4.

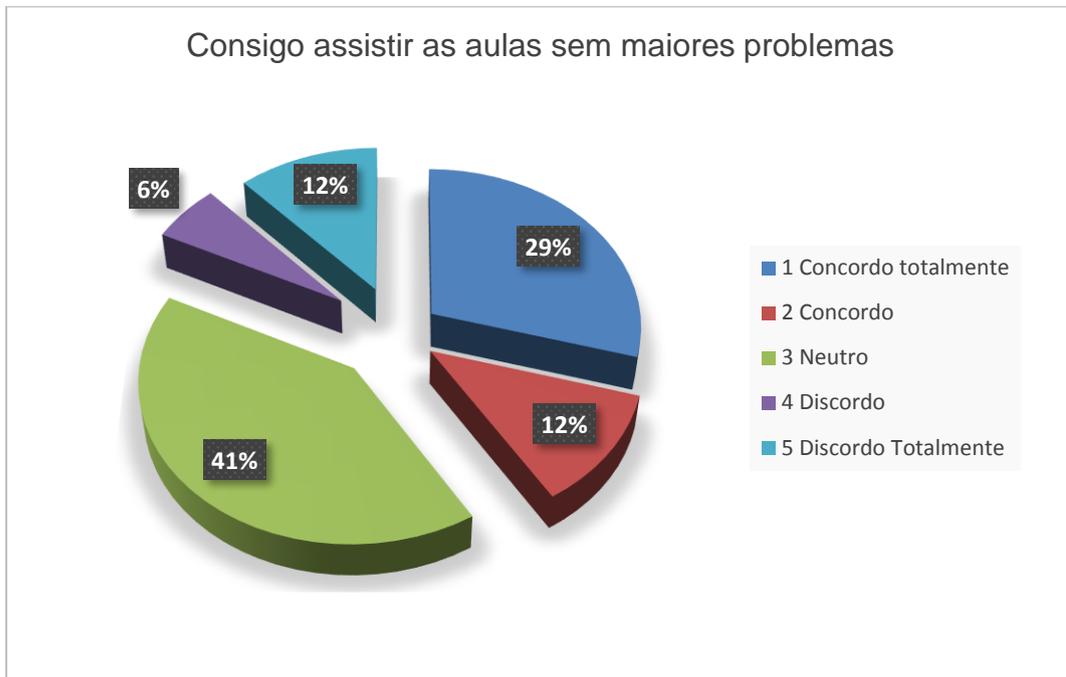
Figura 18: Relatório de respostas a questão 5



Fonte: Primária (2020);

Para a questão 5, conforme demonstrado na figura 18, 53% das respostas foram para “concordo totalmente” e 29% para “Concordo” totalizando 82% das respostas positivas quanto ao curso para vendedores ter relevância para a atualização profissional, validando a questão 5;

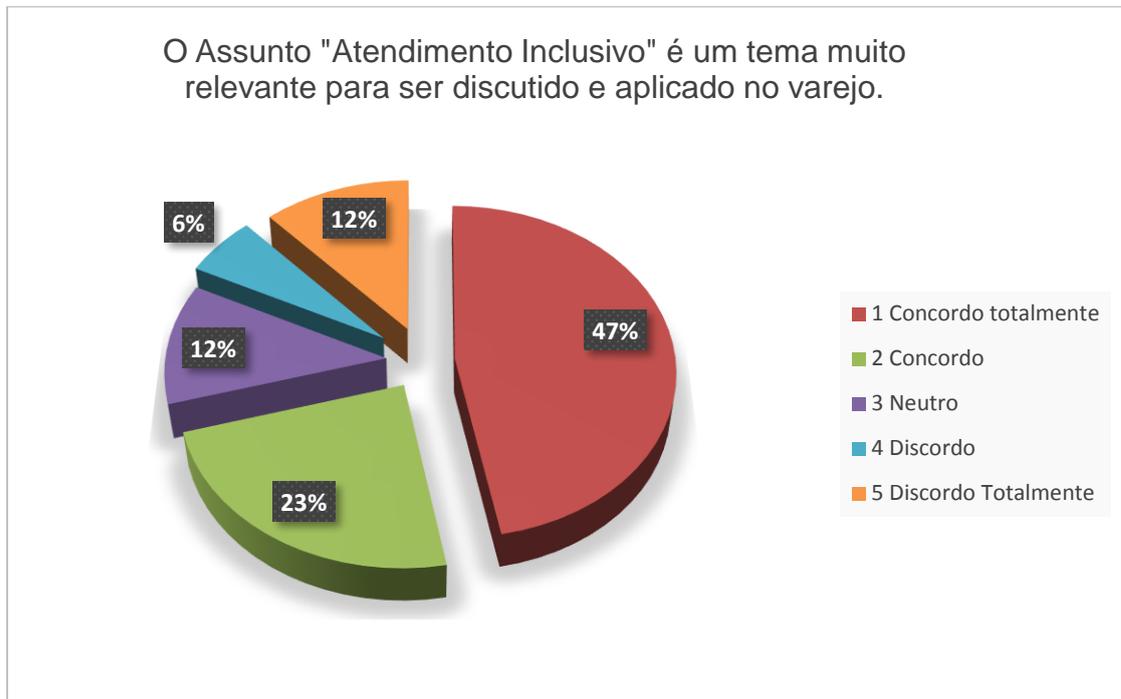
Figura 19: Relatório de respostas a questão 6



Fonte: Primária (2020);

Para a questão 6, conforme demonstrado na figura 19, das respostas, 41% para a escala “Neutro”; 29% para “Concordo Totalmente” e 12% para “Concordo”; Fazendo a somatória as escalas “Concordo Totalmente” e “Concordo” tem um valor total de 41%. Entende-se que as pessoas, apesar de apresentarem alguns fatores que limitam a visualização das aulas (aparelhos, internet, disponibilidade) conseguem assistir as aulas sem maiores problemas, sendo assim, validando a questão 6.

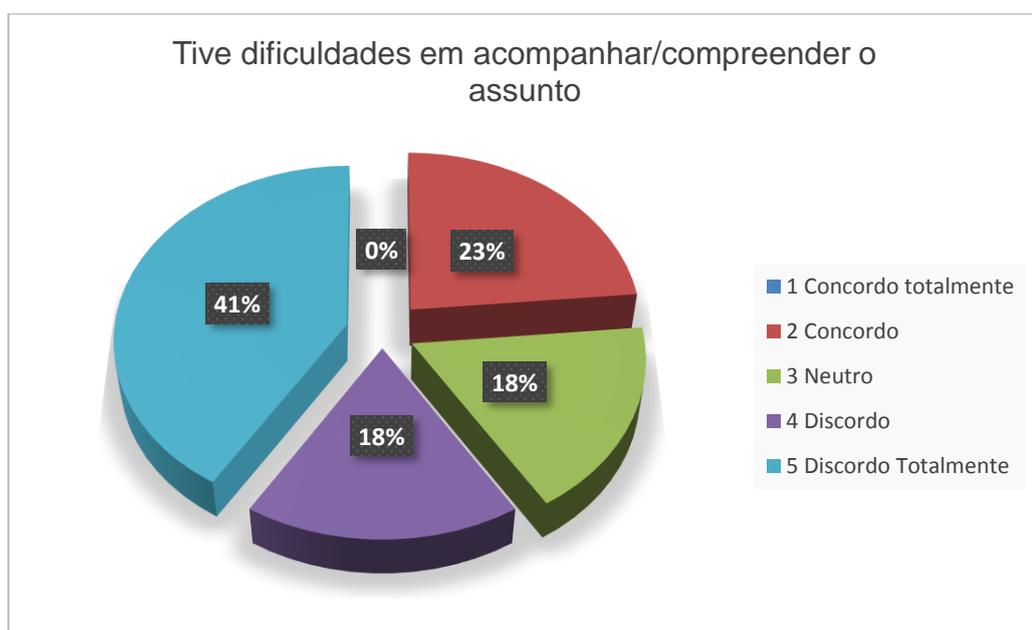
Figura 20: Relatório de respostas a questão 7



Fonte: Primária (2020);

Para a questão 7, conforme demonstrado na figura 20, 47% das respostas foram “concordo totalmente” e 23% para “Concordo” totalizando 70% de respostas positivas quando a discussão é a relevância do atendimento inclusivo no varejo; Sendo assim, é validada a questão 7;

Figura 21: Relatório de respostas a questão 8



Fonte: Primária (2020);

Para a questão 8, conforme demonstrado na figura 21, 41% das respostas foram “Discordo totalmente” e 18% para “Discordo” totalizando 59% das respostas negando a dificuldade de entendimento ou a compreensão do assunto passado nos módulos pilotos, sendo assim, validando a questão 8;

Com as devidas análises demonstradas nos gráficos anteriores, a etapa de prototipação é finalizada e os vídeos pilotos demonstram que os programas de aprendizagem e guia de ensino (conforme Apêndice de A a F) podem ser considerados como validados.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fazendo uma retrospectiva do presente projeto: quando foi apresentada a proposta de dar continuidade ao grupo de estudos DSERV foi necessário em um primeiro momento, conhecer os trabalhos anteriores para, de fato, iniciar um novo projeto que trariam características específicas do atendimento varejista.

Observando um cenário atual, a imersão das pessoas com deficiências no mercado de trabalho e, por consequência, o aumento da frequência dessas pessoas no comércio, faz com que surja a necessidade de um preparo do profissional varejista para o atendimento inclusivo: atendimento este que deve ser de forma natural, sem constrangimentos (um bom atendimento que deve ser feito para pessoas com e sem deficiências).

Para colaborar com o grupo DSERV e juntar o tema emergente deficiência física, usou-se a ferramenta Design Thinking para desenvolver o presente trabalho. O uso da metodologia é semelhante aos ciclos de engenharia da qualidade PDCA e DMAIC, métodos estes que a autora já trabalhou em empresas da região e também conhecer sua teoria.

Em cada macroetapa, foram usadas técnicas dos ciclos de melhorias como gráficos, diagramas, fluxogramas, uso de planilhas, entre outros, contribuindo com o Design Thinking uma ferramenta que estimula o indivíduo em sua criatividade.

Para a primeira Macroetapa, chamada de imersão, foram feitas entrevistas de campo com um total de 36 pessoas (18 profissionais de vendas, sendo eles vendedores e gestores e 18 clientes com e sem deficiências) gerando 11:00:00 horas de gravações que foram transcritas.

Na Macroetapa de análise, na qual as informações foram dispostas em uma planilha para posteriormente serem convertidas em gráficos para uma melhor análise. Foram geradas nesta etapa as diretrizes para o vendedor varejista.

Para a Macroetapa de Ideação, em um primeiro momento a autora fez um curso de formação de docência para o ensino semi presencial a fim de entender a modalidade. Posteriormente, elaborou os Planos de Ensino e Aprendizagem - PEA e os Guias Didáticos para os módulos do curso de formação de docência que surgiu a partir das diretrizes que foram dispostas em seis módulos.

Na Macroetapa de Prototipação foram gravados dois módulos nos estúdios da universidade: módulo de introdução ao curso e o módulo de atendimento inclusivo no varejo. Os vídeos, juntamente com um link de acesso a um formulário, foram enviados para alguns varejistas de Joinville- SC.

Na ultima Macroetapa denominada Validação, foram feitas as análises a partir do retorno dos formulários. As respostas, em sua maioria, foram positivos quando se trata ao curso elaborado, tempo de duração de cada vídeo e relevância do tema abordado, sendo assim, a proposta foi validada junto a comerciantes da região de Joinville- SC e concluída para ser apresentada a Universidade.

Pretende-se dar continuidade ao projeto, com a elaboração de toda a capacitação e sua disponibilização para a Univille.

APÊNDICE A – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 1

PEA MÓDULO 1

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE – UNIVILLE

PLANEJAMENTO DE ENSINO E APRENDIZAGEM - PEA

1. Curso:
Missão do Curso: <i>Treinar profissionais de vendas para um bom atendimento ao cliente – Ênfase no cliente com deficiência física- a fim de que sejam capazes de atender sem discriminações e passar o máximo possível de conhecimento sobre o produto a ser comercializado;</i>
Perfil Profissiográfico do Egresso: <i>Profissionais de vendas que atuam diretamente com o cliente precisam ter o mínimo aporte: 1- comunicação/dicção a fim de passar corretamente o produto ou serviço que está sendo comercializado; 2- saber trabalhar em equipe e manter o engajamento de forma harmoniosa; 3- Ter conduta ética e moral durante o horário de trabalho bem como durante o treinamento;</i>
2. Dados de Identificação:
Período letivo: A DEFINIR
Disciplina: Introdução ao treinamento para vendedores da área varejista;
Professor: Franciele C. Gorges
Carga horária presencial: NÃO SE APLICA Carga horária virtual: 5 minutos Série ou Semestre: A DEFINIR
3. Ementa da disciplina:
Conhecer o produto a ser vendido; Respeito ao cliente; O funcionário vendedor; Atendimento ao cliente com deficiência; Qualificação profissional para o vendedor varejista;
4. Importância da disciplina na formação do egresso: (Justificativa)
Conhecer de um modo geral, os próximos temas abordados no curso.

5. Objetivo geral (prever a contribuição da disciplina em termos de conhecimento, habilidades e atitudes para a formação do egresso)				
O módulo de introdução tem como finalidade dar uma visão geral de todos os temas abordados, mas sem um aprofundamento em cada tópico. É para o aluno ter uma breve noção da importância do curso que está sendo apresentado.				
6. Objetivos específicos (prever o desdobramento das ações/procedimentos para alcançar o objetivo geral)				
Apresentar os tópicos do curso; apresentar uma visão geral a que um vendedor varejista precisa;				
7. Descrever proposta(s) de integração curricular (Propor, pelo menos, uma atividade pedagógica que envolva outras disciplinas, cursos, campo de trabalho).				
xxx				
8 . Unidades e Tópicos				
		Identifique se o conteúdo do tópico será presencial ou virtual		
Número de Aulas Previstas ¹ 1	Unidade I Introdução ao treinamento para vendedores da área varejista;	Conhecer o produto a ser vendido;	Procedimentos de ensino / aprendizagem da Unidade Seminário	Atividades de Avaliação Um vídeo entre 1 a 2 minutos descrevendo como é ser um vendedor varejista - dificuldades, alegrias, objetivos...)
		Respeito ao cliente;		
		O funcionário vendedor;		
		Atendimento ao cliente com deficiência;		
		Qualificação profissional para o vendedor varejista		
9. Referências básicas = (De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso aprovado pelo CEPE)				
PRINCIPAIS LIVROS –				

¹ Dimensionar o número de aulas previstas de acordo com o Calendário Letivo da UNIVILLE.

AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.

Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm

Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm

BRAGA, Antonio. **Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional**. 2014. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>>. Acesso em: 27 out. 2019.

MOREIRA, Leandro Munhoz. **10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida**. 2017. Disponível em: <<https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. 2013.

LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

KOTLER, Philip. Administração de marketing, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência::** diretrizes, políticas e ações. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais- DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

10. Referências Complementares

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

GUIA DIDÁTICO MÓDULO 1

IDENTIFICAÇÃO					
Campus/Unidade	Campus Bom Retiro				
Curso(s)	Treinamento EAD para vendedores varejistas	Série/Semestre/Módulo	xxx	Ano de oferta da disciplina	xxx
Disciplina	Introdução ao treinamento para vendedores da área varejista.		Docente(s)	Franciele Caroline Gorges	
Carga horária total da disciplina	xxx		Carga horária da disciplina no semipresencial	xxx	
Unidade de Aprendizagem (UA), de acordo com o PEA	Introdução ao treinamento para vendedores da área varejista;		Tópico(s)	Estrutura e função do processador	
Objetivo específico da UA	Apresentar os tópicos do curso; apresentar uma visão geral a que um vendedor varejista precisa;				

ATIVIDADES							
Data da aula	xxx	Carga horária do guia didático	5 minutos	Número da(s) aula(s)	1	Atividade Avaliativa	Sim
Contextualização			Atividade			Objeto de Aprendizagem	
Os profissionais necessitam entender o que vão aprender através do curso, e para isso, há a disciplina denominada “introdução ao treinamento para vendedores da área varejista” que tem como finalidade apresentar os tópicos abordados nos módulos seguintes.			Um vídeo entre 1 a 2 minutos descrevendo como é ser um vendedor varejista – (dificuldades, alegrias, objetivos...)			<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo <input type="checkbox"/> Referência bibliográfica <input type="checkbox"/> Slide narrado <input type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Webinar <input type="checkbox"/> Enquete <input type="checkbox"/> Outro?	
						Ferramentas AVA	

		() Fórum (x) Trabalho/Atividade () Enquete () Questionário () Outra? Apresentação
Objetivo(s) da(s) atividade(s) do Guia	Critérios de avaliação	Cronograma de realização e entrega da atividade
*Entender a visão dos alunos quanto a profissão; *Fazer um comparativo no final do curso;	*Prazo de entrega; *Tempo do vídeo dentro dos limites estabelecidos;	3 dias a partir do lançamento da atividade;
Referências dos materiais de estudo citados no item “Atividade”		
<p>PRINCIPAIS LIVROS –</p> <p>AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.</p> <p>Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm</p> <p>Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm</p> <p>BRAGA, Antonio. Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional. 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>. Acesso em: 27 out. 2019.</p> <p>MOREIRA, Leandro Munhoz. 10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida. 2017. Disponível em: <https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>. Acesso em: 04 nov. 2019.</p> <p>CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. 2013.</p> <p>LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.</p> <p>KOTLER, Philip. Administração de marketing, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.</p>		

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência:: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais – DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

Fechamento

Abrir um novo olhar sobre o que está se vendendo e através desse, passar confiança ao cliente.

SAIBA MAIS

Imagens (Enriquecimento do material on-line)	Dicas de vídeos/filmes (Disponíveis gratuitamente na internet)	Sugestão de materiais complementares
Indique imagens, tabelas, gráficos e diagramas a serem inseridos no seu Guia, quando for o caso. Lembre-se de referenciar a fonte da imagem.	Disponibilize o link de acesso. Insira a referência completa do vídeo.	Sugira materiais de estudo que oportunizem o aprofundamento por parte dos estudantes. Insira a referência completa, conforme ABNT.

ATENÇÃO PROFESSOR(A):

Textos e enunciados de fóruns, questionários, trabalhos, enquetes, entre outros também deverão ser elaborados e enviados para a Equipe da UnEaD. Também deverão ser elaborados os slides narrados, vídeos, podcasts e outros materiais de estudo indicados neste guia. Em todas as fases desse processo, você poderá contar com o apoio da Equipe UnEaD.

APÊNDICE B – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 2

PEA MÓDULO 2

2. Curso:			
Missão do Curso: <i>Treinar profissionais de vendas para um bom atendimento ao cliente – Ênfase no cliente com deficiência física- a fim de que sejam capazes de atender sem discriminações e passar o máximo possível de conhecimento sobre o produto a ser comercializado;</i>			
Perfil Profissiográfico do Egresso: <i>Profissionais de vendas que atuam diretamente com o cliente precisam ter o mínimo aporte: 1- comunicação/dicção a fim de passar corretamente o produto ou serviço que está sendo comercializado; 2- saber trabalhar em equipe e manter o engajamento de forma harmoniosa; 3- Ter conduta ética e moral durante o horário de trabalho bem como durante o treinamento;</i>			
2. Dados de Identificação:			
Período letivo: A DEFINIR			
Disciplina: Conhecimento sobre o produto;			
Professor: Franciele C. Gorges			
Carga horária presencial:	NÃO SE APLICA	Carga horária virtual:	15 minutos
		Série ou Semestre: A DEFINIR	
3. Ementa da disciplina:			
Conhecer o produto que está sendo comercializado; passar confiança durante o processo de vendas; Saber a necessidade do cliente, buscar entender o que ele procura e dar alternativas para o produto;			
4. Importância da disciplina na formação do egresso: (Justificativa)			
Entender que conhecer o produto a ser comercializado, bem como saber a real necessidade do cliente é passar a devida confiança na hora do processo de vendas. Um profissional que entende e sabe da devida importância, consegue executar a tarefa de vendas com qualidade.			
5. Objetivo geral (prever a contribuição da disciplina em termos de conhecimento, habilidades e atitudes para a formação do egresso)			
Ajudar o vendedor no processo de aguçar a curiosidade em estar conhecendo o produto a fundo para sanar toda e qualquer dúvida de seus clientes. Faz assim, o profissional se sentir confiante durante o seu trabalho e passar esse sentimento para o cliente.			
6. Objetivos específicos (prever o desdobramento das ações/procedimentos para alcançar o objetivo geral)			
Aumentar a confiança do profissional durante o atendimento; fazer com que o profissional entenda a importância de conhecer o produto que está vendendo;			
7. Descrever proposta(s) de integração curricular (Propor, pelo menos, uma atividade pedagógica que envolva outras disciplinas, cursos, campo de trabalho).			
xxx			

8 . Unidades e Tópicos		Identifique se o conteúdo do tópico será presencial ou virtual			
Número de Aulas Previstas ² 1	Unidade I	Conhecer o produto que está sendo comercializado;		Procedimentos de ensino / aprendizagem da Unidade Seminário	Atividades de Avaliação Questionário> de múltipla escolha com o tema abordado na aula;
	Conhecimento sobre o produto	passar confiança durante o processo de vendas;			
		Saber a necessidade do cliente, buscar entender o que ele procura e dar alternativas para o produto;			
9. Referências básicas = <i>(De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso aprovado pelo CEPE)</i>					
PRINCIPAIS LIVROS –					
AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.					
Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm					
Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm					
BRAGA, Antonio. Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional . 2014. Disponível em: < https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional >. Acesso em: 27 out. 2019.					
MOREIRA, Leandro Munhoz. 10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida . 2017. Disponível em: < https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/ >. Acesso em: 04 nov. 2019.					
CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. 2013.					
LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.					

² Dimensionar o número de aulas previstas de acordo com o Calendário Letivo da UNIVILLE.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing*, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. *A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente*. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência:: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. *Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional*. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. *Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais*. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares*. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. *A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais – DEFICIÊNCIA FÍSICA*. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações.** 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

10. Referências Complementares

. **Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille**

GUIA DIDÁTICO MÓDULO 2

IDENTIFICAÇÃO					
Campus/Unidade	Campus Bom Retiro				
Curso(s)	Treinamento EAD para vendedores varejistas	Série/Semestre/Módulo	xxx	Ano de oferta da disciplina	xxx
Disciplina	Conhecimento sobre o produto;		Docente(s)	Franciele Caroline Gorges	
Carga horária total da disciplina	xxx		Carga horária da disciplina no semipresencial	xxx	
Unidade de Aprendizagem (UA), de acordo com o PEA	Conhecimento sobre o produto;		Tópico(s)	Estrutura e função do processador	
Objetivo específico da UA	Aumentar a confiança do profissional durante o atendimento; fazer com que o profissional entenda a importância de conhecer o produto que está vendendo;				

ATIVIDADES							
Data da aula	xxx	Carga horária do guia didático	xxx	Número da(s) aula(s)	1	Atividade Avaliativa	sim
Contextualização			Atividade			Objeto de Aprendizagem	
Muitos vendedores não entendem do porquê conhecer a fundo o produto a estar vendendo e da importância de passar confiança ao consumidor na hora de vender. Passando			questionario de múltipla escolha com o tema abordado na aula;			<input type="checkbox"/> Vídeo <input type="checkbox"/> Referência bibliográfica <input type="checkbox"/> Slide narrado <input type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Webinar <input type="checkbox"/> Enquete	

confiança e conhecendo o que se está vendendo, o resultado é uma venda satisfatória.		() Outro?
		Ferramentas AVA <input type="checkbox"/> Fórum <input type="checkbox"/> Trabalho/Atividade <input type="checkbox"/> Enquete <input checked="" type="checkbox"/> Questionário <input type="checkbox"/> Outra? Apresentação
Objetivo(s) da(s) atividade(s) do Guia	Critérios de avaliação	Cronograma de realização e entrega da atividade
Repassar ao aluno a importância de conhecer o produto a ser comercializado;	Responder ao questionário online com no mínimo 70% de acertos.	3 dias após o lançamento da atividade;
Referências dos materiais de estudo citados no item “Atividade”		
AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014. Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na indústria/Franciele Vaz; orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f. il. ; 30 cm.		
Fechamento		
Abrir um novo olhar sobre o que está se vendendo e através desse, passar confiança ao cliente.		

SAIBA MAIS		
Imagens	Dicas de vídeos/filmes	Sugestão de materiais complementares

(Enriquecimento do material on-line)	(Disponíveis gratuitamente na internet)	
Indique imagens, tabelas, gráficos e diagramas a serem inseridos no seu Guia, quando for o caso. Lembre-se de referenciar a fonte da imagem.	Disponibilize o link de acesso. Insira a referência completa do vídeo.	Sugira materiais de estudo que oportunizem o aprofundamento por parte dos estudantes. Insira a referência completa, conforme ABNT.

ATENÇÃO PROFESSOR(A):

Textos e enunciados de fóruns, questionários, trabalhos, enquetes, entre outros também deverão ser elaborados e enviados para a Equipe da UnEaD. Também deverão ser elaborados os slides narrados, vídeos, podcasts e outros materiais de estudo indicados neste guia. Em todas as fases desse processo, você poderá contar com o apoio da Equipe UnEaD.

APÊNDICE C – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 3

PEA MÓDULO 3

3. Curso:			
Missão do Curso: <i>Treinar profissionais de vendas para um bom atendimento ao cliente – Ênfase no cliente com deficiência física- a fim de que sejam capazes de atender sem discriminações e passar o máximo possível de conhecimento sobre o produto a ser comercializado;</i>			
Perfil Profissiográfico do Egresso: <i>Profissionais de vendas que atuam diretamente com o cliente precisam ter o mínimo aporte: 1- comunicação/dicção a fim de passar corretamente o produto ou serviço que está sendo comercializado; 2- saber trabalhar em equipe e manter o engajamento de forma harmoniosa; 3- Ter conduta ética e moral durante o horário de trabalho bem como durante o treinamento;</i>			
2. Dados de Identificação:			
Período letivo: A DEFINIR			
Disciplina: O Funcionário			
Professor: Franciele C. Gorges			
Carga horária presencial:	NÃO SE APLICA	Carga horária virtual:	10 minutos
DEFINIR		Série ou Semestre: A	
3. Ementa da disciplina:			
Empenho nas entregas de resultados, cumprimento de diretrizes da empresa; Motivação, engajamento da equipe e ficar longe de atritos internos; Problemas pessoais fora do horário de trabalho, gostar de ser vendedor, Não ter preguiça em vender; Foco no processo de vendas: conversas paralelas, uso indevido do celular e entre outros, buscar todas as Possibilidades para o fechamento do negócio e entre outros;			
4. Importância da disciplina na formação do egresso: (Justificativa)			
Há uma necessidade de preparar o funcionário quanto a postura dentro da empresa, manter o engajamento e foco no processo de vendas, distanciamento de atritos (seja ele com colegas de trabalho ou com clientes.).			
5. Objetivo geral (prever a contribuição da disciplina em termos de conhecimento, habilidades e atitudes para a formação do egresso)			

Desenvolver no profissional o senso de automotivação e empenho durante o trabalho				
6. Objetivos específicos (prever o desdobramento das ações/procedimentos para alcançar o objetivo geral)				
Desenvolvimento de auto motivação no profissional, foco durante o processo de vendas, manter-se dentro das diretrizes da empresa;				
7. Descrever proposta(s) de integração curricular (Propor, pelo menos, uma atividade pedagógica que envolva outras disciplinas, cursos, campo de trabalho).				
xxx				
8 . Unidades e Tópicos		Identifique se o conteúdo do tópico será presencial ou virtual		
Número de Aulas Previstas ³	Unidade I O funcionário	Empenho nas entregas de resultados, cumprimento de diretrizes da empresa;	Procedimentos de ensino / aprendizagem da Unidade Seminário	Atividades de Avaliação Através de um texto, descrever como se manter focado no processo de vendas;
1		Motivação, engajamento da equipe e ficar longe de atritos internos;		
		Problemas pessoais fora do horário de trabalho, gostar de ser vendedor, Não ter preguiça em vender;		

³ Dimensionar o número de aulas previstas de acordo com o Calendário Letivo da UNIVILLE.

		Foco no processo de vendas: conversas paralelas, uso indevido do celular e entre outros, buscar todas as Possibilidades para o fechamento do negócio e entre outros;		
9. Referências básicas = <i>(De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso aprovado pelo CEPE)</i>				
<p>PRINCIPAIS LIVROS –</p> <p>AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.</p> <p>Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm</p> <p>Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm</p> <p>BRAGA, Antonio. Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional. 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>. Acesso em: 27 out. 2019.</p> <p>MOREIRA, Leandro Munhoz. 10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida. 2017. Disponível em: <https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>. Acesso em: 04 nov. 2019.</p> <p>CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. 2013.</p> <p>LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.</p>				

KOTLER, Philip. Administração de marketing, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência:: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais– DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações.** 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

10. Referências Complementares

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

GUIA DIDÁTICO MÓDULO 3

IDENTIFICAÇÃO					
Campus/Unidade	Campus Bom Retiro				
Curso(s)	Treinamento EAD para vendedores varejistas	Série/Semestre/Módulo	xxx	Ano de oferta da disciplina	xxx
Disciplina	O funcionário		Docente(s)	Franciele Caroline Gorges	
Carga horária total da disciplina	xxx		Carga horária da disciplina no semipresencial	10 minutos	
Unidade de Aprendizagem (UA), de acordo com o PEA	O funcionário		Tópico(s)	Estrutura e função do processador	
Objetivo específico da UA	Desenvolvimento de auto motivação no profissional, foco durante o processo de vendas, manter-se dentro das diretrizes da empresa;				

ATIVIDADES							
Data da aula	xxx	Carga horária do guia didático	xxx	Número da(s) aula(s)	1	Atividade Avaliativa	sim
Contextualização		Atividade				Objeto de Aprendizagem	
Há uma necessidade de preparar o funcionário quanto a postura dentro da empresa, manter o engajamento e foco no processo de vendas, distanciamento de atritos (seja ele com colegas de trabalho ou com clientes.).		Através de um texto de uma folha, descrever como se manter focado no processo de vendas;				<input type="checkbox"/> Vídeo <input type="checkbox"/> Referência bibliográfica <input type="checkbox"/> Slide narrado <input type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Webinar <input type="checkbox"/> Enquete <input type="checkbox"/> Outro?	

		Ferramentas AVA
		() Fórum (x) Trabalho/Atividade () Enquete () Questionário () Outra? Apresentação
Objetivo(s) da(s) atividade(s) do Guia	Critérios de avaliação	Cronograma de realização e entrega da atividade
Promover a reflexão do aluno quanto ao foco no processo de vendas e as demais atividades atribuídas.	Prazo de entrega; estar dentro dos parâmetros estabelecidos (1 folha)	3 dias a partir do lançamento da atividade
Referências dos materiais de estudo citados no item “Atividade”		
<p>PRINCIPAIS LIVROS –</p> <p>AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.</p> <p>Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm</p> <p>Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm</p> <p>BRAGA, Antonio. Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional. 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>. Acesso em: 27 out. 2019.</p> <p>MOREIRA, Leandro Munhoz. 10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida. 2017. Disponível em: <https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>. Acesso em: 04 nov. 2019.</p>		

CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. *Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva*. 2013.

LACOMBE, Francisco José M. *Recursos Humanos: Princípios e Tendências*. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing*, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. *A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente*. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência:: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. *Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional*. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. *Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais*. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais– DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações.** 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

Fechamento

SAIBA MAIS		
Imagens (Enriquecimento do material on-line)	Dicas de vídeos/filmes (Disponíveis gratuitamente na internet)	Sugestão de materiais complementares
Indique imagens, tabelas, gráficos e diagramas a serem inseridos no seu Guia, quando for o caso. Lembre-se de referenciar a fonte da imagem.	Disponibilize o link de acesso. Insira a referência completa do vídeo.	Sugira materiais de estudo que oportunizem o aprofundamento por parte dos estudantes. Insira a referência completa, conforme ABNT.

ATENÇÃO PROFESSOR(A):

Textos e enunciados de fóruns, questionários, trabalhos, enquetes, entre outros também deverão ser elaborados e enviados para a Equipe

da UnEaD. Também deverão ser elaborados os slides narrados, vídeos, podcasts e outros materiais de estudo indicados neste guia. Em todas as fases desse processo, você poderá contar com o apoio da Equipe UnEaD.

APÊNDICE D – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 4

PEA MÓDULO 4

4. Curso:			
Missão do Curso: <i>Treinar profissionais de vendas para um bom atendimento ao cliente – Ênfase no cliente com deficiência física- a fim de que sejam capazes de atender sem discriminações e passar o máximo possível de conhecimento sobre o produto a ser comercializado;</i>			
Perfil Profissiográfico do Egresso: <i>Profissionais de vendas que atuam diretamente com o cliente precisam ter o mínimo aporte: 1- comunicação/dicção a fim de passar corretamente o produto ou serviço que está sendo comercializado; 2- saber trabalhar em equipe e manter o engajamento de forma harmoniosa; 3- Ter conduta ética e moral durante o horário de trabalho bem como durante o treinamento;</i>			
2. Dados de Identificação:			
Período letivo: A DEFINIR			
Disciplina: Atendimento ao cliente com deficiência;			
Professor: Franciele C. Gorges			
Carga horária presencial:	NÃO SE APLICA	Carga horária virtual: 15 minutos	Série ou Semestre: A
DEFINIR			
3. Ementa da disciplina:			
Comportamento geral de um vendedor no atendimento a um PCD; Recepção de um cliente PCD Auxílio na sua locomoção Postura antes, durante e depois de um atendimento.			
4. Importância da disciplina na formação do egresso: (Justificativa)			
Quebrar preconceitos e mudar a visão sobre uma pessoa com deficiência. Fazer com que o profissional atenda uma pessoa com limitações de maneira normal, mas que atenda as suas necessidades, dentro das suas limitações.			
5. Objetivo geral (prever a contribuição da disciplina em termos de conhecimento, habilidades e atitudes para a formação do egresso)			
Auxiliar profissionais de vendas a melhor atender os clientes portadores de necessidades especiais;			

6. Objetivos específicos (prever o desdobramento das ações/procedimentos para alcançar o objetivo geral)				
Visualizar um melhor atendimento ao PCD; xxxxxxxx				
7. Descrever proposta(s) de integração curricular (Propor, pelo menos, uma atividade pedagógica que envolva outras disciplinas, cursos, campo de trabalho).				
xxx				
8 . Unidades e Tópicos		Identifique se o conteúdo do tópico será presencial ou virtual		
Número de Aulas Previstas ⁴	Unidade I Atendimento ao cliente com deficiência		Procedimentos de ensino / aprendizagem da Unidade Seminário	Atividades de Avaliação Video de 1 a 2 minutos simulando um bom atendimento a uma pessoa com deficiência
1		Comportamento geral de um vendedor no atendimento a um PCD;		
		Recepção de um cliente PCD		
		Auxilio na sua locomoção		
		Postura antes, durante e depois de um atendimento		
9. Referências básicas = (De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso aprovado pelo CEPE)				
PRINCIPAIS LIVROS –				
AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.				

⁴ Dimensionar o número de aulas previstas de acordo com o Calendário Letivo da UNIVILLE.

Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm

Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm

BRAGA, Antonio. **Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional**. 2014. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>>. Acesso em: 27 out. 2019.

MOREIRA, Leandro Munhoz. **10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida**. 2017. Disponível em: <<https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. 2013.

LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

KOTLER, Philip. Administração de marketing, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência**:: diretrizes, políticas e ações. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais– DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

10. Referências Complementares

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

GUIA DIDÁTICO MÓDULO 4

IDENTIFICAÇÃO					
Campus/Unidade	Campus Bom Retiro				
Curso(s)	Treinamento EAD para vendedores varejistas	Série/Semestre/Módulo	xxx	Ano de oferta da disciplina	xxx
Disciplina	Atendimento ao cliente com deficiência		Docente(s)	Franciele Caroline Gorges	
Carga horária total da disciplina	15 minutos		Carga horária da disciplina no semipresencial	xxx	
Unidade de Aprendizagem (UA), de acordo com o PEA	Atendimento ao cliente com deficiência		Tópico(s)	Estrutura e função do processador	
Objetivo específico da UA	Visualizar um melhor atendimento ao PCD; xxxxxxxxx				

ATIVIDADES							
Data da aula	xxx	Carga horária do guia didático	xxx	Número da(s) aula(s)	1	Atividade Avaliativa	sim
Contextualização			Atividade			Objeto de Aprendizagem	
Quebrar preconceitos e mudar a visão sobre uma pessoa com deficiência. Fazer com que o profissional atenda uma pessoa com limitações de maneira normal, mas que atenda as suas necessidades, dentro das suas limitações.			Video de 1 a 2 minutos simulando um bom atendimento a uma pessoa com deficiência			<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo <input type="checkbox"/> Referência bibliográfica <input type="checkbox"/> Slide narrado <input type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Webinar <input type="checkbox"/> Enquete <input type="checkbox"/> Outro?	

		<p align="center">Ferramentas AVA</p> <input type="checkbox"/> Fórum <input type="checkbox"/> Trabalho/Atividade <input type="checkbox"/> Enquete <input type="checkbox"/> Questionário <input type="checkbox"/> Outra? Apresentação
Objetivo(s) da(s) atividade(s) do Guia	Critérios de avaliação	Cronograma de realização e entrega da atividade
Promover a reflexão do aluno quanto a importância atendimento das pessoas com deficiências físicas ser bom e acolhedor.	Prazo de entrega; estar dentro dos critérios estabelecidos (entre um e dois minutos)	.3 dias após o lançamento da atividade
Referências dos materiais de estudo citados no item “Atividade”		
AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.		
Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm		
Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm		
BRAGA, Antonio. Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional. 2014. Disponível em: < https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional >. Acesso em: 27 out. 2019.		
MOREIRA, Leandro Munhoz. 10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida. 2017. Disponível em: < https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/ >. Acesso em: 04 nov. 2019.		
CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. 2013.		

LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

KOTLER, Philip. Administração de marketing, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência**:: diretrizes, políticas e ações. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais – DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações.** 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

Fechamento

SAIBA MAIS

Imagens (Enriquecimento do material on-line)	Dicas de vídeos/filmes (Disponíveis gratuitamente na internet)	Sugestão de materiais complementares
Indique imagens, tabelas, gráficos e diagramas a serem inseridos no seu Guia, quando for o caso. Lembre-se de referenciar a fonte da imagem.	Disponibilize o link de acesso. Insira a referência completa do vídeo.	Sugira materiais de estudo que oportunizem o aprofundamento por parte dos estudantes. Insira a referência completa, conforme ABNT.

ATENÇÃO PROFESSOR(A):

Textos e enunciados de fóruns, questionários, trabalhos, enquetes, entre outros também deverão ser elaborados e enviados para a Equipe da UnEaD. Também deverão ser elaborados os slides narrados, vídeos, podcasts e outros materiais de estudo indicados neste guia. Em todas as fases desse processo, você poderá contar com o apoio da Equipe UnEaD.

APÊNDICE E – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 5

PEA MÓDULO 5

5. Curso:			
Missão do Curso: <i>Treinar profissionais de vendas para um bom atendimento ao cliente – Ênfase no cliente com deficiência física- a fim de que sejam capazes de atender sem discriminações e passar o máximo possível de conhecimento sobre o produto a ser comercializado;</i>			
Perfil Profissiográfico do Egresso: <i>Profissionais de vendas que atuam diretamente com o cliente precisam ter o mínimo aporte: 1- comunicação/dicção a fim de passar corretamente o produto ou serviço que está sendo comercializado; 2- saber trabalhar em equipe e manter o engajamento de forma harmoniosa; 3- Ter conduta ética e moral durante o horário de trabalho bem como durante o treinamento;</i>			
2. Dados de Identificação:			
Período letivo: A DEFINIR			
Disciplina: Qualificação profissional do vendedor varejista;			
Professor: Franciele C. Gorges			
Carga horária presencial:	NÃO SE APLICA	Carga horária virtual:	10 minutos
DEFINIR		Série ou Semestre: A	
3. Ementa da disciplina:			
Atualização do profissional Dicção Atualização e Graduação			
4. Importância da disciplina na formação do egresso: (Justificativa)			
Um bom profissional necessita estar em constante atualização. O profissional de vendas, em especial, precisa ter uma comunicação clara, para passar o máximo de informações na hora da venda.			
5. Objetivo geral (prever a contribuição da disciplina em termos de conhecimento, habilidades e atitudes para a formação do egresso)			
Orientar o profissional de vendas a estar em constante atualização no mercado de trabalho.			

6. Objetivos específicos (prever o desdobramento das ações/procedimentos para alcançar o objetivo geral)				
Orientar o profissional varejista a estar em constante atualização profissional; salientar a importância da qualificação profissional; salientar a importância da boa dicção de um vendedor;				
7. Descrever proposta(s) de integração curricular (Propor, pelo menos, uma atividade pedagógica que envolva outras disciplinas, cursos, campo de trabalho).				
xxx				
8. Unidades e Tópicos		Identifique se o conteúdo do tópico será presencial ou virtual		
Número de Aulas Previstas ⁵ 1	Unidade I Qualificação profissional do vendedor varejista	Atualização do profissional	Procedimentos de ensino / aprendizagem da Unidade	Atividades de Avaliação Texto de no máximo uma página falando da importância da sua qualificação para a sua vida profissional.
		Dicção		
		Atualização e Graduação	Seminário	
9. Referências básicas = (De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso aprovado pelo CEPE)				
PRINCIPAIS LIVROS – AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014. Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na indústria/Franciele Vaz; orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm				

⁵ Dimensionar o número de aulas previstas de acordo com o Calendário Letivo da UNIVILLE.

BRAGA, Antonio. **Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional**. 2014. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>>. Acesso em: 27 out. 2019.

MOREIRA, Leandro Munhoz. **10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida**. 2017. Disponível em: <<https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. **Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva**. 2013.

LACOMBE, Francisco José M. **Recursos Humanos: Princípios e Tendências**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. **A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência:: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais– DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

10. Referências Complementares

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

GUIA DIDÁTICO MÓDULO 5

IDENTIFICAÇÃO					
Campus/Unidade	Campus Bom Retiro				
Curso(s)	Treinamento EAD para vendedores varejistas	Série/Semestre/Módulo	xxx	Ano de oferta da disciplina	xxx
Disciplina	Qualificação profissional do vendedor		Docente(s)	Franciele Caroline Gorges	
Carga horária total da disciplina	10 minutos		Carga horária da disciplina no semipresencial	xxx	
Unidade de Aprendizagem (UA), de acordo com o PEA	Qualificação profissional do vendedor		Tópico(s)	Estrutura e função do processador	
Objetivo específico da UA	Orientar o profissional varejista a estar em constante atualização profissional; salientar a importância da qualificação profissional; salientar a importância da boa dicção de um vendedor;				

ATIVIDADES							
Data da aula	xxx	Carga horária do guia didático	xxx	Número da(s) aula(s)	1	Atividade Avaliativa	
Contextualização			Atividade			Objeto de Aprendizagem	
Um bom profissional necessita estar em constante atualização. O profissional de vendas, em especial, precisa ter uma comunicação clara, para passar o máximo de informações na hora da venda.			Texto de no máximo uma página falando da importância da sua qualificação para a sua vida profissional.			<input type="checkbox"/> Vídeo <input type="checkbox"/> Referência bibliográfica <input type="checkbox"/> Slide narrado <input type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Webinar <input type="checkbox"/> Enquete <input type="checkbox"/> Outro?	

		Ferramentas AVA
		() Fórum (x) Trabalho/Atividade () Enquete () Questionário () Outra? Apresentação
Objetivo(s) da(s) atividade(s) do Guia	CrITÉrios de avaliaÇão	Cronograma de realizaÇão e entrega da atividade
Promover ao aluno a reflexão quanto a importância sobre a qualificação profissional	Prazo de entrega e critérios de entrega da atividade (texto de no máximo uma página)	3 dias a partir do lançamento da atividade
Referências dos materiais de estudo citados no item “Atividade”		
<p>PRINCIPAIS LIVROS –</p> <p>AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.</p> <p>Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm</p> <p>Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm</p> <p>BRAGA, Antonio. Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional. 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>. Acesso em: 27 out. 2019.</p> <p>MOREIRA, Leandro Munhoz. 10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida. 2017. Disponível em: <https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>. Acesso em: 04 nov. 2019.</p>		

CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. *Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva*. 2013.

LACOMBE, Francisco José M. *Recursos Humanos: Princípios e Tendências*. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing*, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. *A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente*. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência:: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. *Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional*. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. *Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais*. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais– DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

Fechamento

Abrir um novo olhar sobre o que está se vendendo e através desse, passar confiança ao cliente.

SAIBA MAIS

Imagens (Enriquecimento do material on-line)	Dicas de vídeos/filmes (Disponíveis gratuitamente na internet)	Sugestão de materiais complementares
Indique imagens, tabelas, gráficos e diagramas a serem inseridos no seu Guia, quando for o caso. Lembre-se de referenciar a fonte da imagem.	Disponibilize o link de acesso. Insira a referência completa do vídeo.	Sugira materiais de estudo que oportunizem o aprofundamento por parte dos estudantes. Insira a referência completa, conforme ABNT.

ATENÇÃO PROFESSOR(A):

Textos e enunciados de fóruns, questionários, trabalhos, enquetes, entre outros também deverão ser elaborados e enviados para a Equipe

da UnEaD. Também deverão ser elaborados os slides narrados, vídeos, podcasts e outros materiais de estudo indicados neste guia. Em todas as fases desse processo, você poderá contar com o apoio da Equipe UnEaD.

APÊNDICE F – Plano de ensino e aprendizagem e guia didático dos módulos 6

PEA MÓDULO 6

6. Curso:			
Missão do Curso: <i>Treinar profissionais de vendas para um bom atendimento ao cliente – Ênfase no cliente com deficiência física- a fim de que sejam capazes de atender sem discriminações e passar o máximo possível de conhecimento sobre o produto a ser comercializado;</i>			
Perfil Profissiográfico do Egresso: <i>Profissionais de vendas que atuam diretamente com o cliente precisam ter o mínimo aporte: 1- comunicação/dicção a fim de passar corretamente o produto ou serviço que está sendo comercializado; 2- saber trabalhar em equipe e manter o engajamento de forma harmoniosa; 3- Ter conduta ética e moral durante o horário de trabalho bem como durante o treinamento;</i>			
2. Dados de Identificação:			
Período letivo: A DEFINIR			
Disciplina: Respeito ao Cliente			
Professor: Franciele C. Gorges			
Carga horária presencial:	NÃO SE APLICA	Carga horária virtual:	10 minutos
		Série ou Semestre: A DEFINIR	
3. Ementa da disciplina:			
Ser uma pessoa empática, ter respeito pelas pessoas com e sem deficiências Ser persuasivo, mas não forçar a compra Manter uma boa apresentação pessoal e comportamental Atendimento ao cliente: educação, respeito e ética Relacionamento de confiança: falando a verdade e buscando solucionar o problema do cliente			
4. Importância da disciplina na formação do egresso: (Justificativa)			
Entender e reconhecer que sem o cliente, não existe empresa. O profissional de vendas é uma pessoa polida, educada e etica;			
5. Objetivo geral (prever a contribuição da disciplina em termos de conhecimento, habilidades e atitudes para a formação do egresso)			
Fazer com que o profissional de vendas entenda a importância da polidez, educação e etica durante o processo de vendas.			
6. Objetivos específicos (prever o desdobramento das ações/procedimentos para alcançar o objetivo geral)			
Buscar o entendimento da importância no respeito ao cliente; polidez com as pessoas, independente de sua condição (seja física, financeira ou de apresentação) e a ética no processo de vendas;			

7. Descrever proposta(s) de integração curricular (Propor, pelo menos, uma atividade pedagógica que envolva outras disciplinas, cursos, campo de trabalho).				
xxx				
8. Unidades e Tópicos		Identifique se o conteúdo do tópico será presencial ou virtual		
Número de Aulas Previstas ⁶ 1	Unidade I Respeito ao Cliente	Ser uma pessoa empática, ter respeito pelas pessoas com e sem deficiências	Procedimentos de ensino / aprendizagem da Unidade Seminário	Atividades de Avaliação Video – 1 a 2 minutos explicando como é ter respeito ao cliente.
		Ser persuasivo, mas não forçar a compra		
		Manter uma boa apresentação pessoal e comportamental		
		Atendimento ao cliente: educação, respeito e ética		
		Relacionamento de confiança: falando a verdade e buscando solucionar o problema do cliente		
9. Referências básicas = (De acordo com o Projeto Pedagógico do Curso aprovado pelo CEPE)				
PRINCIPAIS LIVROS – AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014. Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm				

⁶ Dimensionar o número de aulas previstas de acordo com o Calendário Letivo da UNIVILLE.

Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm

BRAGA, Antonio. **Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional**. 2014. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional/>>. Acesso em: 27 out. 2019.

MOREIRA, Leandro Munhoz. **10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida**. 2017. Disponível em: <<https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. 2013.

LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

KOTLER, Philip. Administração de marketing, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência:: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a->

z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares nacionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais– DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações**. 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

10. Referências Complementares

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

GUIA DIDÁTICO MÓDULO 6

IDENTIFICAÇÃO					
Campus/Unidade	Campus Bom Retiro				
Curso(s)	Treinamento EAD para vendedores varejistas	Série/Semestre/Módulo	xxx	Ano de oferta da disciplina	xxx
Disciplina	Respeito ao Cliente		Docente(s)	Franciele Caroline Gorges	
Carga horária total da disciplina	10 minutos		Carga horária da disciplina no semipresencial	xxx	
Unidade de Aprendizagem (UA), de acordo com o PEA	Respeito ao Cliente		Tópico(s)	Estrutura e função do processador	
Objetivo específico da UA	Buscar o entendimento da importância no respeito ao cliente; polidez com as pessoas, independente de sua condição (seja física, financeira ou de apresentação) e a ética no processo de vendas;				

ATIVIDADES						
Data da aula	xxx	Carga horária do guia didático	xxx	Número da(s) aula(s)	1	Atividade Avaliativa
Contextualização			Atividade		Objeto de Aprendizagem	
Entender e reconhecer que sem o cliente, não existe empresa. O profissional de vendas é uma pessoa polida, educada e ética;			Vídeo – 1 a 2 minutos explicando como é ter respeito ao cliente.		<input checked="" type="checkbox"/> Vídeo <input type="checkbox"/> Referência bibliográfica <input type="checkbox"/> Slide narrado <input type="checkbox"/> Podcast <input type="checkbox"/> Webinar <input type="checkbox"/> Enquete <input type="checkbox"/> Outro?	

		Ferramentas AVA <input type="checkbox"/> Fórum <input type="checkbox"/> Trabalho/Atividade <input type="checkbox"/> Enquete <input type="checkbox"/> Questionário <input type="checkbox"/> Outra? Apresentação
Objetivo(s) da(s) atividade(s) do Guia	Critérios de avaliação	Cronograma de realização e entrega da atividade
Promover a reflexão do aluno quanto ao respeito ao cliente	Prazo de entrega, estar dentro dos critérios estabelecidos (1 a 2 minutos de vídeo)	3 dias a partir do lançamento da atividade
Referências dos materiais de estudo citados no item “Atividade”		
<p>AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.</p> <p>Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm</p> <p>Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na industria/Franciele Vaz;orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f il. ; 30 cm</p> <p>BRAGA, Antonio. Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional. 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>. Acesso em: 27 out. 2019.</p> <p>MOREIRA, Leandro Munhoz. 10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida. 2017. Disponível em: <https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>. Acesso em: 04 nov. 2019.</p> <p>CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva. 2013.</p> <p>LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.</p>		

KOTLER, Philip. *Administração de marketing*, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.
TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. *A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente*. São Paulo: Makron Books, 1996

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente**. São Paulo: Makron Books, 1994

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência**. 2018. Disponível em:
<<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com deficiência**. 2016. Disponível em:
<<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em:
<<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência**:: diretrizes, políticas e ações. 2019. Disponível em:
<<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.

BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.

BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. *A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais – DEFICIÊNCIA FÍSICA*. Brasília – DF:2006.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações.** 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.
LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

Formação Docente para o Ensino Semipresencial - 40h - 2020 - 1ª Turma Univille

Fechamento

Abrir um novo olhar sobre o que está se vendendo e através desse, passar confiança ao cliente.

SAIBA MAIS

Imagens (Enriquecimento do material on-line)	Dicas de vídeos/filmes (Disponíveis gratuitamente na internet)	Sugestão de materiais complementares
Indique imagens, tabelas, gráficos e diagramas a serem inseridos no seu Guia, quando for o caso. Lembre-se de referenciar a fonte da imagem.	Disponibilize o link de acesso. Insira a referência completa do vídeo.	Sugira materiais de estudo que oportunizem o aprofundamento por parte dos estudantes. Insira a referência completa, conforme ABNT.

ATENÇÃO PROFESSOR(A):

Textos e enunciados de fóruns, questionários, trabalhos, enquetes, entre outros também deverão ser elaborados e enviados para a Equipe da UnEaD. Também deverão ser elaborados os slides narrados, vídeos, podcasts e outros materiais de estudo indicados neste guia. Em todas as fases desse processo, você poderá contar com o apoio da Equipe UnEaD.

APÊNDICE G – questionário de validação

Folha de avaliação

Os vídeos que você assistiu são apenas um “piloto”, ou seja, uma amostra do treinamento ATENDIMENTO INCLUSIVO NO VAREJO. Sua participação no desenvolvimento deste material é muito importante. Agradeço por sua participação assinalando a melhor alternativa para cada afirmação abaixo

***Obrigatório**

1. Qual o nome da empresa onde você trabalha? *

2. Considerando os horários de trabalho no varejo, um curso totalmente online é a melhor solução. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Concordo Totalmente Discordo totalmente

3. Os assuntos que serão abordados nos módulos são relevantes para o profissional de vendas. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Concordo totalmente Discordo totalmente

4. O conteúdo de cada módulo sendo apresentado no tempo de até cinco minutos é um tempo ideal. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Concordo totalmente Discordo totalmente

5. As atividades propostas no final de cada módulo estão de acordo com o tema. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Concordo totalmente Discordo totalmente

6. O curso para vendedores tem uma grande relevância para a atualização profissional. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Concordo totalmente Discordo totalmente

7. Consigo assistir as aulas sem maiores problemas. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Concordo totalmente Discordo totalmente

8. O assunto Atendimento Inclusivo é um tema muito relevante para ser discutido e aplicado no varejo. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Concordo totalmente Discordo totalmente

9. Tive dificuldades em acompanhar/compreender o assunto. *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Concordo totalmente Discordo totalmente

10. Deixe sua sugestão

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Victor R.L. Atendimento ao cliente: Velhos cenários, novos desafios. Blumenau: Nova Letra, 2014.
- ALDO JUNIOR, . **Educação Continuada e sua importância no mercado de trabalho**. 2017. Disponível em: <https://www.domboscoead.com.br/pos-graduacao/noticias/educacao-continuada-e-sua-importancia-no-mercado-de-trabalho/572>. Acesso em: 01 maio 2020.
- Bardin, L.(2011). Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70.
- BONI, V E QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais, Revista Eletrônica dos Pós Graduandos em Sociologia Política da UFSC Vol. 2 nº 1 (3), p. 68-80, janeiro-julho/2005.
- BRAGA, Antonio. **Requisitos essenciais para ser um vendedor profissional**. 2014. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/requisitos-essenciais-para-ser-um-vendedor-profissional>>. Acesso em: 27 out. 2019.
- Brait, Bruno & Fettermann, Diego. (2014). APLICAÇÃO DO MÉTODO DMAIC PARA ANÁLISE DE PROBLEMAS DE PRODUÇÃO: UM ESTUDO DE CASO. e-xacta. 7. 10.18674/exacta.v7i1.1241.
- BRASIL. Declaração de Salamanca e Linha de Ação sobre necessidades Educativas Especiais. Brasília: CORDE, 1996.
- BRASIL. IBGE. . **PAC: Pesquisa Anual do Comercio**. 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9075-pesquisa-anual-de-comercio.html?edicao=16738&t=destaques>>. Acesso em: 03 jan. 2020.
- BRASIL. Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial. A inclusão escolar de alunos com necessidades educacionais especiais– DEFICIÊNCIA FÍSICA. Brasília – DF:2006.
- BRASIL. Ministério da Educação. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. LDB 4.024, de 20 de dezembro de 1996.
- BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. Parâmetros Curriculares acionais: adaptações curriculares. Brasília: MEC/SEF/SEESP, 1999.
- CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. Gestão da Qualidade: Conceitos e Técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- CLÁUDIA MORRIESEN (Santa Catarina). Nsctotal (ed.). **Vereador mais votado de SC é de Joinville e será o primeiro cadeirante na Câmara da cidade**: esta foi a segunda eleição que ele concorreu para vereador. Esta foi a segunda eleição que ele concorreu para vereador. 2020. Cláudia Morriesen. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/alisson-juio-e-o-vereador-mais-votado-de-santa-catarina-e-primeiro-cadeirante-da-camara-de>. Acesso em: 05 jan. 2020.

CLEIN, Claudelir; TOLEDO, Milka Inês K. de; OLIVEIRA, Lindomar S. de. **Qualificação e Capacitação: investir no capital humano como forma de crescimento e vantagem competitiva.** 2013.

FIA. Fundação Instituto de Administração. **Design Thinking::** o que é, como aplicar e passo a passo. 2018. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/design-thinking/>>. Acesso em: 30 out. 2019.

FREEDON (Org.). **Entenda como funciona a Lei de Inclusão para pessoas com deficiência.** 2018. Disponível em: <<https://blog.freedom.ind.br/entenda-como-funciona-a-lei-de-inclusao-para-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

FREEMANTLE, David. **Incrível atendimento ao cliente.** São Paulo: Makron Books, 1994

GOMES, Sofia. **DESMISTIFICANDO O DESIGN DO SERVIÇO::** DESMISTIFICANDO O DESIGN DO SERVIÇO:. 2019. Disponível em: <<https://www.imaginarycloud.com/blog/what-is-service-design/>>. Acesso em: 22 maio 2019

Gulgen, Luciano. Programa de desenvolvimento de profissionais de vendas na área de serviços/ Luciano Gulgen; orientador Dr João Sobral; orientador Dr Victor Rafael Laurenciano Aguiar. - Joinville: UNIVILLE, 2019. 84 f. : il. ; 30 cm

IBGE. **Censo Demográfico 2010.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/administracao-publica-e-participacao-politica/9662-censo-demografico-2010.html?edicao=9749&t=destaques>. Acesso em: 09 abr. 2020.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**, 12 ed. 2007 São Paulo: Prentice Hall, 2007.

LACOMBE, Francisco José M. Recursos Humanos: Princípios e Tendências. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

LIMA, A. Como conquistar, fidelizar e recuperar clientes: gestão de relacionamento. São Paulo: Atlas, 2012.

LITWIN, E. Educação a Distância: Temas para o Debate de Uma Nova Agenda Educativa. Porto Alegre: Artmed. 2001.

MAGER, B. Service Design as an Emerging Field In Miettinen, S.; Koivisto, M. **Designing Services with Innovative Methods.** Helsinki: Taik Publication, 2009, p. 28-42

MAIA, C.; J. MATTAR. ABC da EaD: a Educação a Distância hoje. 1. ed. São Paulo: Pearson. 2007.

METADADOS. **Entenda a importância da inclusão das pessoas com**

deficiência. 2016. Disponível em: <<https://www.metadados.com.br/blog/entenda-a-importancia-da-inclusao-das-pessoas-com-deficiencia/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

MINISTÉRIO DA SAÚDE (Governo Federal) (Org.). **Saúde da Pessoa com Deficiência: diretrizes, políticas e ações.** 2019. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 01 dez. 2019.

Ministerio do Trabalho. **Contratação de pessoas com deficiência bate recorde após fiscalização do Trabalho.** 2019. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/noticias/6856-contratacao-de-pessoas-com-deficiencia-bate-recorde-apos-fiscalizacao-do-trabalho>. Acesso em: 07 abr. 2020.

MOREIRA, Leandro Munhoz. **10 Características dos Vendedores que Aprendemos na Faculdade da Vida.** 2017. Disponível em: <<https://supervendedores.com.br/vendas/a-venda/10-caracteristicas-dos-vendedores-que-aprendemos-na-faculdade-da-vida/>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

PENSADOR, O. **Dicionário online de português.** 2019. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/incluir/>>. Acesso em: 08 nov. 2019.

PRETI, O. **Educação a distância e globalização: desafios e tendências.** Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos. V. 79, n. 191, p. 19-30, jan.-abr., 1996.

REASON, Ben. **Design de Serviços.** Disponível em: <<https://www.liveworkstudio.com/themes/customer-experience/service-design/>>. Acesso em: 25 out. 2019.

RHPORTAL (ed.). **Treinamento E Desenvolvimento – Praticando Com Facilidade.** 2015. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/treinamento-e-desenvolvimento-5/>. Acesso em: 07 nov. 2020.

SAUDE, Ministerio da. **Saúde da Pessoa com Deficiência:: diretrizes, políticas e ações.** 2019. Disponível em: <<http://saude.gov.br/saude-de-a-z/saude-da-pessoa-com-deficiencia>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SILVA, Rafael Silvério da. **Entenda a evolução da EAD e seus avanços até hoje.** 2018. Disponível em: <https://eadbox.com/evolucao-do-ead/>. Acesso em: 03 maio 2020

Slack, Nigel. Administração da produção / Nigel Slack, Alistair Brandon-Jones, Robert Johnston: tradução Daniel Vieira. - 8 ed. - São Paulo: Atlas, 2018.

Stefan, M. (2005). **Service Design: Practical access to an evolving field** (Tese de mestrado: Köln International School of Design). Acessado em 17 de outubro de 2019, em http://stefan-moritz.com/welcome/Service_Design_files/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf

STICKDORN; Marc. SCHNEIDER; Jacob – **Isto é design thinking de serviços.** Porto Alegre: Bookman, 2014.

TRANSPARENCIA DE SÃO PAULO. (Org.). **Simbolos de Acessibilidade.** 2019.

Disponível em:
<https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/pessoa_com_deficiencia/a_impressao/index.php?p=262211>. Acesso em: 07 nov. 2019.

TSCHOHL, John; FRANZMEIER, Steve. A satisfação do cliente – como alcançar a excelência através do serviço ao cliente. São Paulo: Makron Books, 1996.

UNIVILLE (Joinville) (org.). **Conselho Universitário**. 2019. Disponível em: https://www.univille.edu.br/community/evento.1411.2019/VirtualDisk.html/downloadDirect/1484301/ResolucaoConsUnUniville_04-16.pdf. Acesso em: 20 abr. 2020.

UNIVILLE (Joinville). Univille. **Estatuto da Univille**. 2016. Disponível em: UNIVILLE (Joinville). Universidade da Região de Joinville- Univille (org.). Estatuto da Univille. 2016. Disponível em: https://www.univille.edu.br/community/evento.1411.2019/VirtualDisk.html/downloadDirect/1484295/Estatuto_da_Univille_Atualizado_Resumido.pdf. Acesso em: 20 abr. 2020.. Acesso em: 20 abr. 2020.

UNIVILLE (Joinville). **Regimento da Univille**. Disponível em: https://www.univille.edu.br/community/evento.1411.2019/VirtualDisk.html/downloadDirect/1484300/Regimento_da_Univille_-_2016__Resumido.pdf. Acesso em: 20 abr. 2020.

VASCONCELOS, S. P. G. Educação a Distância: histórico e perspectivas. Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Disponível em: . Acesso em: 08 jan. 2010.

Vaz, Franciele. Design de serviços para o setor de vendas na indústria/Franciele Vaz; orientador DR. Victor Rafael Laurenciano Aguiar; Joinville: UNIVILLE, 2018. 106 f. il. ; 30 cm

VIANNA, M. et al. Design thinking: inovação em negócios. Rio de Janeiro: MJV, 2012.

VIANNA, Maurício José; FILHO, Yasmar Vianna e Silva; ADLER, Isabel Krumholz; LUCENA, Brenda de Figueiredo; RUSSO, Beatriz. Design Thinking: inovação para negócios. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012

World Health Organization. *International classification of impairments, disabilities, and handicaps: a manual of classification relating to the consequences of disease*. Geneva; 1993.

XAVIER, Luciana. **Inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. 2019. Disponível em: <<https://blog.cestanobre.com.br/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 17 nov. 2019

AUTORIZAÇÃO

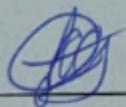
Nome do autor: Franciele Caroline Gorges

RG: 5.572.611

Título do Projeto Final: "ATENDIMENTO INCLUSIVO NO VAREJO – UMA PROPOSTA DE QUALIFICAÇÃO EAD PARA A UNIVILLE".

Autorizo a Universidade da Região de Joinville – UNIVILLE, através da Biblioteca Universitária, disponibilizar cópias da dissertação de minha autoria.

Joinville, 22/03/2021.



Nome: Franciele Caroline Gorges