



Ministério da Educação  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais

# PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO OPERADOR DE TELEMARKETING

Belo Horizonte

29 de Junho de 2014

## Sumário

1 – IDENTIFICAÇÃO.....	3
2. DADOS GERAIS DO CURSO .....	3
3. JUSTIFICATIVA .....	4
4. OBJETIVOS DO CURSO .....	4
5. PÚBLICO-ALVO .....	4
6. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO.....	5
7. POSSÍVEIS ÁREAS DE ATUAÇÃO.....	5
8. DIFERENCIAIS DO CURSO .....	5
9. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO .....	5
10. MATRIZ CURRICULAR .....	5
11. EMENTÁRIO .....	6
12. PROCEDIMENTOS DIDÁTICO-METODOLÓGICOS .....	7
13. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO.....	8
14. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO .....	8
15. INFRAESTRUTURA .....	9
16. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE.....	9
17. CERTIFICAÇÃO.....	9
18. BIBLIOGRAFIA .....	9

**PROJETO PEDAGÓGICO – PRONATEC  
CURSO OPERADOR DE TELEMARKEETING**

**1 – IDENTIFICAÇÃO**

<b>Dados da Instituição: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais</b>			
CNPJ	CNPJ 10.626.896.0001/72		
Razão Social	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais		
Endereço: Av. Professor Mário Werneck, 2590			
Bairro: Burititis	Cidade: Belo Horizonte	Estado: Minas Gerais	CEP: 30575-180
Telefone: (31) 2513-5222	Fax: -	Site da Instituição: www.ifmg.edu.br	

Nome do Reitor: Caio Mário Bueno Silva			
Campus ou unidade de ensino que dirige: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais			
Identidade: M1132560 - SSPMG	Matrícula SIAPE: 0272524		
Endereço: Avenida Professor Mário Werneck, nº 2590			
Cidade: Belo Horizonte	Bairro: Burititis	Estado: MG	CEP: 30575-180
Telefone celular: -----	Telefone comercial (31) 2513- 5103	Endereço eletrônico(e-mail) gabinete@ifmg.edu.br	

<b>Proponente: Cláudio Aguiar Vita</b>			
Campus ou unidade de ensino onde está lotado Reitoria		Cargo/Função Coordenador Geral do Pronatec	
Matrícula SIAPE 1185537	CPF 564.558.796-00		
Endereço: Avenida Professor Mário Werneck, nº 2590			
Cidade: Belo Horizonte	Bairro: Burititis	Estado: MG	CEP: 30575-180
Telefone celular -----	Telefone comercial (31) 2513-5170	Endereço eletrônico (e-mail) claudio@ifmg.edu.br	

**2. DADOS GERAIS DO CURSO**

<b>Nome do curso:</b> Curso de formação inicial e continuada em Operador de Telemarketing
<b>Eixo tecnológico:</b> Gestão e Negócios
<b>Carga horária:</b> 160 horas
<b>Escolaridade mínima:</b> Ensino Fundamental II Incompleto
<b>Classificação:</b> ( X ) Formação inicial ( X ) Formação continuada
<b>Número de vagas por turma:</b> 20 a 40 (de acordo com a demanda)
<b>Frequência da oferta do curso:</b> de acordo com a demanda

**Periodicidade das aulas:** de acordo com o demandante

**Modalidade da oferta :** Presencial

**Turno:** de acordo com o demandante

### 3. JUSTIFICATIVA

O IFMG é uma instituição pública federal que tem como objetivo oferecer educação pública, gratuita e de qualidade, buscando o desenvolvimento social, tecnológico e econômico do país e da região. Para tanto, visando ampliar ainda mais a oferta de cursos e o número de vagas é que o Instituto aderiu ao Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec).

Por meio do referido Programa o IFMG pretende expandir, interiorizar e democratizar a oferta de suas vagas, ampliando as oportunidades educacionais dos trabalhadores através do incremento da formação e qualificação profissional, seja a nível médio, de formação inicial ou continuada.

Visando atender a demanda local e regional apresentada por gestores públicos municipais é que será ofertado o curso Confeccionador de Bolsas em Tecido.

Vale ressaltar que o curso busca desenvolver conhecimentos para que o egresso possa executar operações de corte e costura para a produção de bolsas em tecido, adquirindo habilidades e competências que promovam a sua inserção social e profissional.

### 4. OBJETIVOS DO CURSO

**Objetivo Geral:**

***Capacitar o profissional para atuar como operador de telemarketing, comunicando-se com clientes de diferentes perfis por meio das abordagens ativa e receptiva, fazendo uso eficiente dos procedimentos internos e dos recursos tecnológicos disponíveis, de acordo com a ética e a legislação vigente, para atender às expectativas e demandas do cliente e da organização representada.***

**Objetivos Específicos:**

O público alvo ao concluir o curso, deverá ser capaz de:

- Atender usuários, oferecer serviços e produtos;
- Fazer serviços de cobrança e cadastramento de clientes;
- Seguir roteiros e scripts planejados para captar, reter e recuperar clientes;
- Observar as normas do setor.

### 5. PÚBLICO-ALVO

Estudantes e/ou trabalhadores que procuram inserção ou reposicionamento no mercado profissional, por meio da atuação como operador de telemarketing, que tenham o Ensino Fundamental II incompleto, de acordo com o Guia PRONATEC de Cursos FIC.

O mesmo atenderá preferencialmente a beneficiários de programas de transferência de renda,

beneficiários do seguro-desemprego, trabalhadores e alunos da Educação de Jovens e Adultos (EJA).

## 6. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

O profissional formado por este curso estará apto a atuar em atendimento ativo, como vendas de produtos e serviços por telefone (bancos e empresas de telecomunicações) ou em atendimento receptivo, recebendo contato de clientes (SAC, help-desk, Informações etc). O curso amplia as possibilidades de inserção profissional e de geração de benefícios para o profissional e para a sociedade.

## 7. POSSÍVEIS ÁREAS DE ATUAÇÃO

As oportunidades do telemarketing são abrangentes e atraentes para diversos públicos: possibilidade do primeiro emprego (jovens que estão ingressando no mercado de trabalho), inclusão social para portadores de deficiência (motora, visual ou auditiva), retorno ao pleno emprego (terceira idade e aposentados) e oportunidades de melhor qualificação e remuneração (profissionais com ensino médio ou fundamental). Em função da Copa de 2014 e das Olimpíadas de 2016, novas oportunidades se abrirão também no telemarketing para profissionais bilíngues.

## 8. DIFERENCIAIS DO CURSO

Um diferencial do curso é a proposta didático-metodológica que é centrada na participação de quem aprende, valorizando-se suas experiências e expectativas para o mundo do trabalho, procurando focar o indivíduo como pessoa, observando-se todas as áreas da aprendizagem e individualizando o processo ao máximo, para que todos possam participar.

## 9. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO

O curso FIC de Operador de Telemarketing, na modalidade presencial, é destinado a estudantes e/ou trabalhadores que tenham escolaridade mínima, Ensino Fundamental II incompleto, de acordo com o Guia PRONATEC de Cursos FIC.

O acesso ao curso será por meio de inscrição realizada pelos demandantes em local predeterminado pelos municípios parceiros do IFMG.

Os municípios parceiros, segundo critérios de seleção por eles definidos, atenderão preferencialmente a beneficiários de programas de transferência de renda, beneficiários do seguro-desemprego, trabalhadores e alunos da Educação de Jovens e Adultos (EJA).

## 10. MATRIZ CURRICULAR

A matriz curricular do curso FIC em Operador de Telemarketing, na modalidade presencial, está organizada por componentes curriculares em regime modular, com uma carga horária total de 160 horas.

De acordo com a resolução nº 04 CD/FNDE as atividades dos cursos do PRONATEC, a hora aula dos cursos é definida como tendo 60 minutos de duração.

Vale salientar que os componentes curriculares que compõem a matriz estão articulados, fundamentados numa perspectiva interdisciplinar e orientados pelo perfil profissional de conclusão, ensejando uma formação técnico-humanística.

O quadro abaixo descreve a matriz curricular do curso e a seguir é apresentado as ementas.

Ord.	Componentes Curriculares	Carga Horária Total (hora relógio)
1.	Ética profissional e atitude empreendedora	20 h
2.	Perfil e funções do operador de telemarketing	40 h
3.	Centrais de atendimento e equipamentos do telemarketing	30 h
4.	Telemarketing ativo e receptivo	70 h
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL</b>		<b>160 h</b>

## 11. EMENTÁRIO

<b>Disciplina:</b> Ética profissional e atitude empreendedora	<b>Carga horária:</b> 20h
<b>Ementa:</b> Desenvolvimento de práticas empreendedoras; Comunicação e relacionamento interpessoal. Qualidade na prestação de serviços e atendimento a clientes; mudanças no mundo do trabalho; globalização e empregabilidade; perfil do cliente; Ética Profissional e Trabalho. Saúde é segurança no trabalho. Gestão do tempo.	
<b>Bibliografia:</b> DEGEN, Ronaldo. <b>O Empreendedor:</b> empreender como opção de carreira. 2ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2009. DORNELAS, José Carlos Assis. <b>Empreendedorismo:</b> Transformando Ideias em Negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2002. PALADINI, E. P. Gestão da qualidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000. OLIVEIRA, Manfredo. <b>Correntes fundamentais da ética contemporânea.</b> São Paulo: Vozes, 2001.	

<b>Disciplina:</b> Perfil e funções do operador de telemarketing	<b>Carga horária:</b> 40h
<b>Ementa:</b> Características gerais do telemarketing. Noções centrais sobre o trabalho na abordagem ergológica. Debate de normas no telemarketing. Noções centrais sobre a interação em uma abordagem sociointeracionista. Como e onde usar o telemarketing.	
<b>Bibliografia:</b> Anexo II da NR-17, <b>Trabalho em teleatendimento/telemarketing.</b> 2007. Portaria SIT nº9, 30 de março de 2007. RIBEIRO, Michel. <b>Operador de Telemarketing – Técnicas e Planejamento.</b> Campinas: Editora Komedi, 2009. INFORCURSOS. <b>Operador de Telemarketing.</b> Apostila Profissionalizante.	

<b>Disciplina:</b> Centrais de atendimento e equipamentos do	<b>Carga horária:</b> 30h
--	---------------------------

telemarketing	
<b>Ementa:</b> Telefone, um meio de comunicação. Telemarketing. Centrais de atendimentos e equipamentos utilizados.	
<b>Bibliografia:</b> Anexo II da NR-17, <b>Trabalho em teleatendimento/telemarketing</b> . 2007. Portaria SIT nº9, 30 de março de 2007. RIBEIRO, Michel. <b>Operador de Telemarketing – Técnicas e Planejamento</b> . Campinas: Editora Komedi, 2009. INFORCURSOS. <b>Operador de Telemarketing</b> . Apostila Profissionalizante.	

<b>Disciplina:</b> Telemarketing ativo e receptivo	<b>Carga horária:</b> 70h
<b>Ementa:</b> Técnicas de Vendas e Televendas. Os clientes. Funções e Perfil do Supervisor de Telemarketing. Roteiro e <i>Script</i> . Fonaudiologia. Nomenclaturas utilizadas no <i>call-center</i> .	
<b>Bibliografia:</b> Anexo II da NR-17, <b>Trabalho em teleatendimento/telemarketing</b> . 2007. Portaria SIT nº9, 30 de março de 2007. RIBEIRO, Michel. <b>Operador de Telemarketing – Técnicas e Planejamento</b> . Campinas: Editora Komedi, 2009.	

## 12. PROCEDIMENTOS DIDÁTICO-METODOLÓGICOS

<p>Como metodologia de ensino entende-se o conjunto de ações docentes pelas quais se organizam e desenvolvem as atividades didático-pedagógicas, com vistas a promover o desenvolvimento dos conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas a determinadas bases tecnológicas, científicas e instrumentais.</p> <p>Tendo-se como foco principal a aprendizagem dos discentes, serão adotados tantos quantos instrumentos e técnicas forem necessários. Neste contexto, encontra-se abaixo uma síntese do conjunto de princípios pedagógicos que podem ser adotados no decorrer do curso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Envolver os alunos na avaliação de seu processo educativo visando uma tomada de consciência sobre o que sabem e o que precisam e/ou desejam aprender;</li> <li>• Propor, negociar, planejar e desenvolver projetos envolvendo os alunos e a equipe docente, visando não apenas simular o ambiente profissional, mas também desenvolver habilidades para trabalho em equipe, onde os resultados dependem do comprometimento e dedicação de todos e os erros são transformados em oportunidades ricas de aprendizagem;</li> <li>• Contextualizar os conhecimentos, valorizando as experiências dos alunos e seus conhecimentos prévios, sem perder de vista a (re)construção dos saberes;</li> <li>• Problematizar o conhecimento, sem esquecer de considerar os diferentes ritmos de aprendizagens e a subjetividade do aluno, incentivando-o a pesquisar em diferentes fontes;</li> <li>• Respeitar a cultura específica dos discentes, referente a seu pertencimento social, étnico-racial, de gênero, etário, religioso e de origem (urbano ou rural);</li> <li>• Adotar diferentes estratégias didático-metodológicas (seminários, debates, atividades em grupo, atividades individuais, projetos de trabalho, grupos de estudos, estudos dirigidos, atividades práticas e outras) como atividades avaliativas;</li> <li>• Adotar atitude interdisciplinar e transdisciplinar nas práticas educativas, isto é, assumir</li> </ul>
--

que qualquer aprendizado, assim como qualquer atividade, envolve a mobilização de competências e habilidades referidas a mais de uma disciplina, exigindo, assim, trabalho integrado dos professores, uma vez que cada um é responsável pela formação integral do aluno;

- Utilizar recursos tecnológicos adequados ao público envolvido para subsidiar as atividades pedagógicas;
- Adotar técnicas flexíveis de planejamento, prevendo mudanças e rearranjos futuros, em função da melhoria no processo de aprendizagem.

Nota-se uma variedade de técnicas, instrumentos e métodos de ensino a nossa disposição. Esse ecletismo é resultado das diversas teorias pedagógicas adotadas ao longo dos tempos. Diante dessa diversidade, os docentes deverão privilegiar metodologias de ensino que reconheçam o professor como mediador do processo de ensino.

Salienta-se a necessidade dos docentes estarem permanentemente atentos ao comportamento; concentração; atenção; participação e expressões faciais dos alunos, uma vez que estes são excelentes parâmetros do processo educacional.

### 13. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO

A avaliação da aprendizagem ultrapassa a perspectiva da mera aplicação de provas e testes para assumir uma prática diagnóstica e processual com ênfase nos aspectos qualitativos. Para tanto, a avaliação deve se centrar tanto no processo como no produto.

Quando realizada durante o processo ela tem por objetivo informar ao professor e ao aluno os avanços, as dificuldades e possibilitar a ambos a reflexão sobre a eficiência do processo educativo, possibilitando os ajustes necessários para o alcance dos melhores resultados. Durante o processo educativo é conveniente que o professor esteja atento à participação efetiva do aluno através da observação da assiduidade, pontualidade, envolvimento nos trabalhos e discussões.

No produto, várias formas de avaliação poderão se somar, tais como trabalhos individuais e/ou em grupo; testes escritos e/ou orais; demonstração de técnicas em laboratório; dramatização; apresentação de trabalhos; portfólios; seminários; resenhas; autoavaliação, entre outros. Todos estes instrumentos são bons indicadores da aquisição de conhecimentos e do desenvolvimento de habilidades e competências. Ressalta-se a importância de se expor e discutir os mesmos com os alunos no início de cada módulo

No desenvolvimento deste curso, a avaliação do desempenho escolar será feita por componente curricular (podendo integrar mais de um componente), considerando aspectos de assiduidade e aproveitamento.

A assiduidade diz respeito à frequência diária às aulas teóricas, práticas e aos trabalhos escolares. A mesma será registrada diariamente pelo professor, no Diário de Classe, por meio de chamada ou lista de presença.

O aproveitamento escolar será avaliado através de acompanhamento contínuo e processual do estudante, com vista aos resultados alcançados por ele nas atividades avaliativas.

A avaliação docente será feita, pelos alunos, por meio do preenchimento de formulário próprio ao final de cada módulo e autoavaliação.

### 14. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO

O aluno será considerado apto a qualificação e certificação desde que tenha aproveitamento

mínimo de 60% (sessenta por cento) e frequência maior ou igual a 75% (setenta e cinco por cento).

## 15. INFRAESTRUTURA

As instalações disponíveis para o curso deverão conter: sala de aula com carteiras individuais para cada aluno, biblioteca, data show e banheiro masculino e feminino.

A biblioteca deverá estar equipada com o acervo bibliográfico necessário para a formação integral e específica do aluno e contemplando materiais necessários para a prática dos componentes **curriculares**.

Sala de aula e equipamentos necessários à atividade de telemarketing, tais como computadores, fones de ouvido e/ou centrais telefônicas.

## 16. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE

O IFMG, por meio do Programa de Assistência Estudantil, irá conceder, gratuitamente aos alunos: uniforme, material escolar, seguro escolar, auxílio financeiro para transporte e lanche, com a finalidade de melhorar o desempenho acadêmico e minimizar a evasão.

Visando ainda garantir a permanência e o êxito escolar, aos alunos que apresentarem dificuldade de aprendizagem será disponibilizado, pelos professores, apoio pedagógico.

Incentivar-se-á a montagem de grupos de estudos a fim de minimizar as dificuldades individuais encontradas no decorrer do processo de aprendizagem.

Caberá ao professor de cada componente curricular informar, ao serviço pedagógico, a relação de alunos infrequentes. Esses dados contribuirão para que essa equipe trace estratégias preventivas e de reintegração dos ausentes.

Vale ressaltar que durante todo o curso, os alunos serão motivados a prosseguir seus estudos por meio dos demais cursos ofertados pelo IFMG.

## 17. CERTIFICAÇÃO

Após conclusão do curso o estudante receberá o Certificado de Qualificação Profissional em Operador de Telemarketing do do Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios, Carga Horária: 160 horas.

## 18. BIBLIOGRAFIA

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. **Guia Pronatec de Cursos Fic**. Brasília, DF, 2012. Disponível em: <http://pronatec.mec.gov.br/fic/>

\_\_\_\_\_. Congresso Nacional. Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008, **Diário Oficial da União**. Brasília, DF. Seção 01. Número 253, 30 de dezembro de 2008.

VEIGA, Ilma Passos Alencastro. Inovações e Projeto Político-Pedagógico: uma relação regulatória ou emancipatória? **Caderno Cedes**, Campinas, v. 23, n. 61, p. 267-281, dezembro de 2003.