

# **Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Marketing**

**Modalidades presencial e  
em disciplinas com 20%  
da carga horária a distância**

Atualizado no 1º semestre de 2021

**SUMÁRIO**

1 – DADOS GERAIS DA IES	05
1.1 Mantenedora	05
1.2 Mantida	05
1.3 Dirigentes Acadêmicos da Faculdade Flamingo	05
1.4 Missão, Visão e Valores da IES	06
2 – DADOS GERAIS DO CURSO	07
2.1 Atos Legais do Curso	07
2.2 Histórico de atualização do PPC	07
2.3 Conceitos ENADE e Avaliações Externas	08
2.4 Coordenador do Curso	08
2.5 Composição do NDE – Núcleo Docente Estruturante	08
2.6 Dados do Colegiado	09
PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO	10
3- DIRETRIZES LEGAIS E DE ÓRGÃOS DE ENTIDADES RELEVANTES AO CURSO	10
4-JUSTIFICATIVA DA OFERTA DO CURSO - CONTEXTUALIZAÇÃO DO MERCADO E DO PÚBLICO-ALVO E PERFIL DO PÚBLICO-ALVO	12
5- OBJETIVOS DO CURSO E PERFIL DO EGRESSO	14
ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO	16
6-ESTRUTURA CURRICULAR	16
6.1 Representação Gráfica da Concepção do Curso	17
6.2 Matriz do curso	18
6.2.1 Perfil de Formação	20
Eixo Técnico	20
Eixo Integrador	20
Eixo Apoio Pedagógico	20
Eixo Humanidades	21
6.3 Concepção dos componentes curriculares	21
6.3.1 As atividades não-presenciais para integralização da hora-aula	21

6.3.2 Disciplinas optativas/eletivas	21
6.3.3 Formação em Cultura Afro-Brasileira, Temática Indígena, Meio Ambiente e Direitos Humanos	22
6.3.4 Trabalho de Conclusão de Curso	22
6.3.5 Atividades Complementares	22
6.3.6 Estágio Curricular Supervisionado	22
6.4 Esqueleto de competências e habilidades	23
6.5 Planos de Ensino	24
6.6 Desenvolvimento Acadêmico-Profissional	84
7 - METODOLOGIA DE ENSINO	85
7.1 Material didático	86
7.2 TICs no Processo de Ensino-Aprendizagem	87
7.3 Avaliação da Aprendizagem	88
7.3.1 Para a modalidade presencial	89
7.3.2 Para a modalidade a distância	90
7.4 Avaliação nos Polos de Educação a Distância	91
7.5 Avaliação de ensino	91
7.6 Calendário Acadêmico	91
8- INFRAESTRUTURA DISPONÍVEL PARA O PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM	92
8.1 Salas de aula	92
8.2 Laboratórios de Informática	92
8.3 Biblioteca	92
8.4 Recursos humanos	93
8.5 Canais de comunicação	93
9-POLÍTICAS INSTITUCIONAIS DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO NO ÂMBITO DO CURSO	95
10 - POLÍTICAS DE ATENDIMENTO AO ALUNO	97
10.1 Forma de Acesso ao Curso	97
10.2 Apoio ao Discente no Âmbito do Curso	97
10.3 Informações gerais do curso ao discente	98
10.4 Política de atendimento a portadores de necessidades especiais	98

11 - GESTÃO DO CURSO	100
11.1 Participação dos colegiados	102
11.2 Formação Andragógica de Professores	102
11.3 Equipe pedagógica para as disciplinas e curso na modalidade EAD	102
11.4 Infraestrutura para a equipe acadêmica	103

## **1 – DADOS GERAIS DA IES**

### **1.1 Mantenedora**

Mantenedora/Razão Social: Flamingo 2001 – Curso Fundamental

Endereço: Rua George Smith, 122 – Lapa - 05.074-010 - São Paulo – SP

CNPJ: 62.704.317/0001-66

Registro Jurídico: Categoria Administrativa Pessoa Jurídica de Direito Privado – com fins lucrativos

Registro em Cartório: Sociedade Civil com contrato social inscrito e registrado em 07 de novembro de 1969, no 1º Cartório de Registro de Títulos e Documentos de São Paulo, nº 1009327 (19.628), Livro A, nº 43.

#### **Representante da Mantenedora:**

Francisco Assis de Carvalho Pinto – CPF: 048.252.508-82

Início do mandato 01/11/1969 – final do mandato: indeterminado

#### **Representante Legal**

Mateus Stefanutto Pinto

Início do mandato: 01/07/2019 - final do mandato: indeterminado

### **1.2 Mantida**

#### **Campus Lapa – Endereço Sede**

##### **Unidade Acadêmica - Pólo EaD**

62.704.317/0001-66

Endereço: George Smith, 122 – Lapa – São Paulo – CEP: 05074-010

#### **Campus Perdizes - Pólo EaD**

CNPJ: 62.704.317/0005-90

Endereço: Av. Francisco Matarazzo, 913 - Água Branca - São Paulo - 05001-000

Transferência de sede Processo SEI nº 23000.036493/2018-59

#### **Atos legais da Mantida**

Recredenciamento: Portaria nº 638 de 18/05/2012, publicada no DOU de 21/05/2012

Credenciamento EaD: Portaria nº 648 de 18/07/2016, publicada no DOU de 19/07/2016

Renovação de Recredenciamento em trâmite: processo e-MEC nº 201814739

Recredenciamento EaD em trâmite: processo e-MEC nº 202004667

### **1.3 Dirigentes Acadêmicos da Faculdade Flamingo**

Érica Stefanutto Pinto Ardito – Diretora Geral e Acadêmica

Data de início do mandato: 01 de janeiro de 2021

Data de término de mandato: indeterminado

Resolução interna da divulgação do mandato: RI 01/2021

Alessandro Augusto Pereira – Diretor Geral e Acadêmico

Data de início do mandato: 23/01/2019

Data de término de mandato: 01/01/2021

Resolução interna de divulgação do mandato para Gerência Acadêmica: Resolução Interna nº 29 de 01/09/2017

Data de início do mandato: 1º semestre de 2017

Data de término de mandato: indeterminado

Resolução interna de alteração da nomenclatura do cargo: Resolução Interna nº 12 de 30 de outubro de 2018

João Paulo Alqueres – Diretor Geral

Data de início do mandato: 24/03/2017

Data de término de mandato: 23/01/2019

Resolução interna de divulgação do mandato: Resolução Interna nº 25 de 23/03/2017

#### **1.4 Missão, Visão e Valores da IES**

##### **Missão**

A Faculdade Flamingo tem como missão proporcionar aos alunos, por meio de uma educação responsável e significativa, a possibilidade de ascensão na pirâmide social a partir do desenvolvimento de competências técnicas e socioemocionais.

Esta missão alicerça-se, portanto, no pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho, com foco especial nas necessidades regionais.

A atividade educacional é promovida visando à produção e difusão do conhecimento dos diversos campos do saber, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, indissociavelmente articulados, gerando recursos importantes para o desenvolvimento econômico e social da sua região de inserção, bem como o desenvolvimento pessoal dos envolvidos no processo de ensino e aprendizagem.

##### **Visão**

Aumentar nossos negócios ao mesmo tempo em que transformamos a vida das pessoas da base da pirâmide social por meio da educação..

##### **Valores**

Os valores da Faculdade Flamingo são expressos por seus membros em ações do dia-a-dia, seja para realização das atividades administrativas, seja na preparação das atividades pedagógicas. Os valores são:

- Sustentabilidade Empresarial Social;
- Compromisso com a Qualidade;
- Clareza nas Responsabilidades;
- Transparência;
- Aprendizado Continuado;
- Trabalho em Equipe;
- Olhar Humano.

## 2 – DADOS GERAIS DO CURSO

Nome: **Curso Superior de Tecnologia em Marketing**

Enquadramento do curso no Catálogo Nacional dos cursos de tecnologia: **Curso Superior de Tecnologia em Marketing** – Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

Tipo do Curso : **Tecnologia**

Título ao egresso: **Tecnólogo em Marketing**

Regime: **Modular - Semestral**

Duração do curso: mínima: **2 anos** - máxima: **4 anos**

Carga horária mínima para a integralização do curso - **1600 horas (horas-relógio)**

### Modalidade Presencial

#### Campus Lapa

Código do Curso no e-MEC: **100270** Unidade de Funcionamento: **Lapa**

Endereço: **Rua George Smith, 122 – 05074-010 – São Paulo - SP**

Vagas e turnos autorizados por ano:

Unidade Lapa: **150** vagas (Matutino - 50 vagas e Noturno - 100 vagas)

### 2.1 Atos Legais do Curso

#### Campus Lapa

Autorização: **Portaria nº 1277 de 27/06/2001 publicada no DOU 29/06/2001**

Reconhecimento: **Portaria nº 304 de 20/01/2004 publicada no DOU 22/01/2004**

Renovação de Reconhecimento: **Portaria nº 269 de 03/04/2017 publicada no DOU 04/04/2017**

#### Campus Perdizes

Autorização: **Portaria nº 1265 de 27/06/2001 publicada no DOU 29/06/2001**

Reconhecimento: **Portaria nº 287 de 20/01/2004 publicada no DOU 22/01/2004**

Renovação de Reconhecimento: **Portaria nº 269 e 03/04/2017 publicada no DOU 04/04/2017**

### 2.2 Histórico de atualização do PPC

- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 14/2009
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 14/2011
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 12/2013
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 03/2018
- Atualização integral do PPC com inserção das diretrizes EaD e Alteração Curricular publicada em Resolução interna nº 19/2018 de 30/10/2018
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 07/2019
- Ofício Portaria 343 enviado ao MEC em 27/03/2020 – Substituição de aulas presenciais – COVID 19
- Ofício Portaria 1038 enviado ao MEC em 20/05/2021 – Substituição de aulas presenciais – COVID 19
- RI 05/21 – Comunicar procedimentos institucionais de atualização no Ministério da Educação - MEC e sistema e-MEC
- Atualização dos PPCs em 1º sem 2021 - Dados Gerais da IES e Curso, texto sobre o contexto de oferta para a modalidade a distância, sobre avaliação da Aprendizagem, atualização da matriz curricular na disciplina Diagnóstico Estratégico e Análise Sistemática.

**2.3 Conceitos ENADE e Avaliações Externas**

Campus Lapa

ANO	ENADE	CPC	CC	IDD
2018	3	-	-	-
2015	2	3	-	-
2012	3	3	-	-
2009	3	3	-	3

Campus Perdizes - Exclusão de curso: Portaria nº 584 de 09/12/2020 publicada no DOU de 09/12/20

ANO	ENADE	CPC	CC	IDD
2015	2	3	-	-
2012	3	3	-	-
2009	3	3	-	3

**2.4 Coordenador do curso**

Profº Marco Antonio Guerrero

Data de início do mandato: 01 de março de 2021

Data de término de mandato: indeterminado

Regime de trabalho: Parcial

Resolução interna de divulgação do mandato para Coordenação de Curso: Resolução Interna nº 04/21 de 02 de março de 2021

Profº Dr. Said Yusuf Abu Lawi

Data de início do mandato: 23 de outubro de 2018

Data de término de mandato: 28/02/2021

Regime de trabalho: Integral

Resolução interna de divulgação do mandato para Coordenação de Curso: Resolução Interna nº 12/18 de 30/10/2018

**2.5 Composição do NDE – Núcleo Docente Estruturante**

A composição do NDE do Curso Superior de Tecnologia em Marketing buscou a representatividade dos diferentes eixos que estruturam a matriz de competências do curso, são eles: Eixos técnico e integrador - relativos às competências essencialmente técnicas, eixo de apoio pedagógico - relativo às disciplinas de Língua Portuguesa e Matemática - que objetiva contribuir para a melhoria da compreensão e produção de textos e a consolidação da formação em matemática, eixo Humanidades, que abarca as competências generalistas e as socioemocionais indicadas pelo Fórum Econômico Mundial como essenciais para o colaborador do século XXI e do eixo metodológico em Ensino a Distância.

Além das representatividades dos eixos, prezou pela mescla entre tempo de experiência na docência do ensino superior, professores com vasta experiência na docência com outros com experiências em torno de 5 anos a fim de permitirem um diálogo entre inovação e expertise, assim como considerou experiência no ensino a distância. Valorizou-se que ao menos 60% dos integrantes apresentasse significativa experiência profissional na área do curso.



## **2.6 Dados do Colegiado**

De acordo com o Regimento Acadêmico, o colegiado de curso é representado por todos os docentes que atuam no curso e dois discentes regularmente matriculados no curso e é presidido pelo coordenador de curso.

## PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

O Projeto Pedagógico de Curso (PPC) é um documento que relata as concepções e práticas que estão direta e indiretamente relacionadas à qualidade do processo de ensino e aprendizagem do curso. Ele documenta o planejamento do que se quer realizar no âmbito educacional.

O Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Marketing é elaborado, coletivamente, contando com a participação ativa dos docentes, discentes, coordenação e integrantes do mercado de trabalho, levando em consideração uma reflexão acerca da concepção e das finalidades da educação da Graduação Tecnológica e sua relação com a sociedade e, sobretudo, com a preocupação sobre o tipo de indivíduo e profissional que se quer formar.

Trata-se de um documento que é visto como um processo em contínua construção, avaliação e reelaboração.

Tem como alicerce a Legislação Educacional vigente, o Projeto Pedagógico e de Desenvolvimento Institucional, além da observação e pesquisa daquilo que o mercado de trabalho necessita e exige de um profissional na área.

O foco do curso, ainda mais sendo em Tecnologia, deve estar voltado às discussões, demandas e necessidades do mercado de trabalho atual e para isto a equipe pedagógica, formada pelo coordenador do núcleo e do curso e pelos professores, devem estar envolta às mais atuais e relevantes informações associadas ao seu curso. Daí a preferência por integrantes da equipe pedagógica com significativa experiência no mercado, discussões continuadas sobre a área em que o curso está associado, acompanhamento dos eventos, periódicos e artigos atuais da área, contato próximo com profissionais da área, inclusive em convite para palestras e debates na Faculdade.

## 3-DIRETRIZES LEGAIS E DE ÓRGÃOS DE ENTIDADES RELEVANTES AO CURSO

O PPC está de acordo com as seguintes diretrizes:

- Lei de Diretrizes e Base 9394 considerando suas atualizações <https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/109224/lei-de-diretrizes-e-bases-lei-9394-96#art-40>
- Decreto n. 9.235/2017 - Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação das instituições de educação superior e dos cursos superiores de graduação e de pós-graduação no sistema federal de ensino.
- Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021, que define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica
- Portaria Normativa nº 742, de 02 de agosto de 2018, Altera a Portaria Normativa nº 23, de 21 de dezembro de 2017, que dispõe sobre os fluxos dos processos de credenciamento e credenciamento de instituições de educação superior e de autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento de cursos superiores, bem como seus aditamentos.
- Portaria Normativa MEC n. 23/2017 Dispõe sobre o fluxo dos processos de credenciamento e credenciamento de instituições de educação superior e de autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento de cursos superiores, bem como seus aditamentos.
- Resolução CNE nº 01 de 11/03/2016 - Estabelece Diretrizes e Normas Nacionais para a Oferta de Programas e Cursos de Educação Superior na Modalidade a Distância.
- Decreto nº 5622 de 19/12/2005 - Regulamenta o art. 80 da Lei nº 9.394 (Ead), de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.
- Catálogo Nacional de Cursos de Tecnologia ano 2016 – 3ª edição
- Edital mais recente de competências e conteúdos para o ENADE - PORTARIA Nº 460, DE 30 DE MAIO DE 2018 [http://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/enade/legislacao/2018/portaria\\_n460\\_30052018\\_tecnologia\\_em\\_marketing\\_enade2018.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_superior/enade/legislacao/2018/portaria_n460_30052018_tecnologia_em_marketing_enade2018.pdf)
- CNE/CP3 de 18 de dezembro de 2002 que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia
- Portaria nº 1134 de 10/10/2016 que revoga a Portaria MEC nº 4.059, de 10 de dezembro de 2004 trata sobre a possibilidade de 20% a distância para cursos na modalidade presencial.
- Parecer 261/2006 que trata da complementação da hora-aula em hora-relógio.
- Decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2005 que trata sobre a oferta de Libras.

- Resolução nº 1, de 17 de junho de 2004, que trata das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.
- Decreto nº 4281, de 25 de junho de 2002, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental

## **4 - JUSTIFICATIVA DA OFERTA DO CURSO - CONTEXTUALIZAÇÃO DO MERCADO E DO PÚBLICO-ALVO**

Quase metade dos profissionais (45%) nunca planejou o ingresso na área de marketing, conforme apontou pesquisa da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB) em 2006. (<http://www.mundodomarketing.com.br/materia.asp?codmateria=348>). Portanto, muitos desses profissionais, embora tenham visão de negócios, desconhecem tecnicamente a área, faltando conciliar teoria e prática para a obtenção de resultados almejados pelas empresas.

Segundo pesquisa realizada pela Revista Meio e Mensagem (Especial Profissional de Marketing, março de 2008), feita pelos melhores especialistas da área, há perspectiva de maior investimento nos próximos cinco anos, especialmente nos segmentos de marketing direto, marketing de relacionamento e promoção, além de mais ações voltadas para novas mídias tecnológicas personalizadas como o celular e o ambiente digital. Esses dados nos permitem afirmar que a procura por profissionais de marketing também aumentará à medida que subir os investimentos na área, possibilitando ao tecnólogo maior índice de empregabilidade.

Segundo o Guia de profissões do maior portal de empregos e carreiras do Brasil ([www.empregos.com.br](http://www.empregos.com.br)) e do Guia de Estudantes da Editora Abril, a procura pelo profissional de marketing é boa, principalmente para a atuação em pesquisa de mercado e comportamento de compra, consumo e desenvolvimento de novos produtos, planejamento e gestão. As empresas cada vez mais, tanto de produtos quanto de serviços, procuram conquistar e manter seus clientes e para isso precisam de profissionais qualificados para a área. As maiores oportunidades de emprego estão no sul e no sudeste, mas com a instalação de novas indústrias no nordeste, este pode se tornar um novo pólo de empregos para esse profissional. Além das regiões já citadas, as regiões Norte e Centro-Oeste já buscam gestores para seus departamentos de marketing e vendas, em função do crescimento dos mercados de consumo dessas regiões. O salário médio inicial desse profissional gira em torno de R\$ 1800,00 em médias empresas.

De acordo com Bruno Mello, do Portal Mundo do Marketing, um levantamento feito por Robert Half mostra que as empresas de pequeno e médio porte estão com maior demanda por profissionais de Marketing para atuarem em vários cargos, já as grandes companhias dentre as funções que mais se destacaram, neste primeiro guia desenvolvido pela consultoria, está a de Trade Marketing.

### **O Estado e o Município de São Paulo**

Segundo o site São Paulo Metrópole (<http://www.spmetropole.com/spsaopaulo/arquivos/html/maior-mercado-consumidor.htm>), com 10,5% da população nacional, a região metropolitana do Estado de São Paulo realiza 20% das vendas do varejo no Brasil, sendo assim, é considerada o maior mercado do Brasil e do Mercosul. A cidade de São Paulo, capital do estado, é o maior centro comercial do país, tendo em sua região 10,5% dos shoppings centers da América do Sul, além disso, estão sediadas na cidade, duas das quatro maiores empresas do comércio varejista, o Carrefour e o Pão de Açúcar.

A cidade de São Paulo, conforme dados do SEADE (Sistema Nacional de Análise de Dados), tem potencial de consumo maior que todo o Estado do Rio de Janeiro, ou ainda, aproximadamente a soma dos Estados do Paraná e Rio Grande do Sul. Sendo assim, a empregabilidade no setor varejista é alta e necessita cada vez mais, em função da acirrada competição, de profissionais capazes de melhorar suas vendas, por meio do atendimento ao cliente, a relação do consumidor com as lojas e suas experiências de compras, produtos, serviços, promoções, etc, atividades essas que requerem conhecimento técnico do profissional de marketing.

O mesmo ocorre com o setor industrial e de serviço, considerado o maior da América do Sul, respondendo por 17% do Produto Interno Bruto do Brasil. A Pesquisa de atividade econômica Paulista – PAEP – realizada pela Fundação SEADE aponta que a região metropolitana participa de 60, 4% do valor adicionado da indústria do Estado de São Paulo. Isso se deve a alta concentração de modernos complexos industriais e da mais moderna rede de serviços da América Latina, tornando-se atrativo para as empresas que buscam se localizar próximas a clientes e fornecedores, tornando o relacionamento entre elas menos custoso e mais rápido. Não diferente do varejo, o setor industrial tem um grande desafio dentro do mercado competitivo já que, em meio a tantas empresas fabricantes de produtos e desenvolvedoras de serviços similares, necessitam introduzir-se, manter-se e consolidar-se em seus segmentos. Mais uma vez projeta-se um cenário positivo ao profissional de marketing que terá conhecimentos técnicos para construir marcas, lançar produtos, e planejar estratégias para o crescimento da indústria.

Dentro do contexto abordado acima, o Curso Superior de Tecnologia em Marketing da Faculdade Flamingo vem atender a carência de profissionais qualificados, inclusive, na Zona Oeste da cidade de São Paulo, local onde se encontram as duas Unidades Acadêmicas da Faculdade Flamingo e apresenta alto índice de empresas, proporcionando aos egressos o desenvolvimento de competências e habilidades que qualificam os profissionais da área para atender às necessidades do setor varejista e industrial, promovendo as vendas, consolidando as marcas, pesquisando mercados, segmentos, produtos, construindo imagem positiva, planejando o crescimento das empresas e almejando a lucratividade.

## 5 - OBJETIVOS DO CURSO E PERFIL DO EGRESSO

O Curso Superior de Tecnologia em Marketing da Faculdade Flamingo tem como objetivo formar profissionais qualificados tecnicamente e com comportamento ético e proativo para analisar, planejar, implementar, gerenciar, controlar, avaliar, intervir e aprimorar as atividades de marketing tanto nos contextos varejistas B2C (Business to Consumer) quanto industriais B2B (Business to Business), a fim de prospectar, conquistar e manter os negócios das empresas.

Para tanto, o Curso dará condições aos profissionais de desenvolverem ações pró-ativas e sustentáveis, relacionadas a elaboração de estudos de ambiente e público-alvo, definição e implementação de estratégias de negócios, criação e inovação de produtos, serviços e marcas, definição de valor e preço, canais de distribuição, comunicação e relacionamentos com os seus diversos públicos, antecipando tendências mercadológicas, aproveitando oportunidades e analisando riscos.

### Perfil do Egresso

A Faculdade Flamingo se propõe a empreender um processo educativo que contribua para o pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho. Prima pela formação integral do indivíduo capaz de julgar e tomar decisões pautadas numa visão crítica, humanística e sistêmica e permeadas pelos valores de ética e responsabilidade socioambiental.

Dessa forma, o perfil de um aluno egresso da Faculdade Flamingo caracteriza-se pelas seguintes competências e habilidades:

- Sólida formação geral embasada nos conhecimentos científicos, tecnológicos e de gestão organizacional e voltada para a valorização da complexidade das relações e das demandas sociais, sob a ótica da sustentabilidade;
- Competência na leitura, compreensão e produção de textos orais e escritos, utilizando-se, adequadamente, das linguagens verbais e não verbais;
- Entendimento de que a formação profissional é um processo contínuo de construção de competências que demanda aperfeiçoamento e atualização permanentes;
- Atitude crítica, responsável e criativa em relação às questões sociais, com vistas à identificação e à resolução de problemas, compreendendo sua profissão como uma forma de inserção e intervenção na sociedade, tendo por base a comunidade regional;
- Compreensão e avaliação dos impactos sociais, econômicos e ambientais resultantes da produção, gestão e incorporação de novas tecnologias, incorporando às tomadas de decisão a conciliação dos preceitos da sustentabilidade (econômica, social e ambiental);
- Disponibilidade e competência para o exercício da interdisciplinaridade e para a atuação em equipes multiprofissionais;
- Capacidade de utilizar os conhecimentos científicos e tecnológicos existentes e disponíveis e de produzir novos conhecimentos, deles derivando condutas pessoais e profissionais responsáveis, justas e éticas;
- Capacidade de auto-análise tendo em vista o aprimoramento de seu conhecimento e de suas relações interpessoais.

Pensando especificamente no Curso Superior de Tecnologia em Marketing, além das competências, habilidades e atitudes acima citadas, espera-se que o egresso esteja apto à:

- Analisar os diversos cenários mercadológicos: macro e micro ambiente de marketing, políticas e tendências de inovação e oportunidades e riscos de mercado e participar do desenvolvimento do processo de planejamento estratégico da organização definindo missão, visão, objetivos, metas, estratégias e operacionalização dos negócios.
- Promover e participar de debates acerca das diversidades de alternativas oferecidas pelo mercado;
- Planejar, conduzir, emitir relatório e analisar e utilizar os resultados de pesquisa de marketing, dominando o uso do sistema de informação e técnicas de pesquisa quantitativa e qualitativa;

- Coletar e analisar dados sobre o perfil e comportamento do consumidor e associar as informações para definir e avaliar as estratégias de marketing;
- Planejar, implementar e controlar os resultados de campanhas de abordagem, relacionamento e fidelização do cliente;
- Analisar pertinência, propor, planejar, desenvolver, divulgar e controlar ciclo de vida de produtos e serviços;
- Definir, planejar, implementar, gerir e controlar as estratégias de vendas, relacionando o plano e resultado com as estratégias de fixação/adequação de preços e estratégias do Composto Promocional;
- Planejar, implementar e controlar canais de distribuição: atacado, varejo, comércio eletrônico, trade marketing, logística;
- Aplicar os conceitos, pressupostos e instrumentos técnicos apreendidos sobre o desenvolvimento de marketing empresarial e social, na gestão de pessoas, na definição de estratégias de mercado, na concepção de planos de comunicação empresarial, em projetos de comercialização de produtos e serviços, na logística dos canais de marketing no âmbito nacional e internacional;
- Preparar relatórios técnicos de planejamento de mercados, estratégias de negócios e avaliação de resultados empresariais.

### **Áreas de Atuação e Funções do Egresso**

O egresso do Curso Superior de Tecnologia em Marketing poderá atuar no comércio, indústria e serviços, em empresas públicas e privadas ou autonomamente nas seguintes áreas:

- Pesquisa
- Produtos, marcas e serviços.
- Relacionamento e Comunicação
- Novas estratégias de negócios.
- Trade Marketing.
- Vendas.
- Mercado e Estratégias de Negócios.
- Analista de Produtos e Serviços.
- Analista de Pesquisa.

## **ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO**

### **6 - ESTRUTURA CURRICULAR**

A estrutura curricular do Curso foi delineada a partir das diretrizes curriculares e a concepção do curso em relação ao perfil do egresso almejado.

A concepção da matriz curricular vem ao encontro do que uma das maiores empresas mundiais de inovação, a IDEO, chama de Desenvolvimento Profissional em T onde o aluno ao mesmo tempo desenvolve as competências generalistas e específicas do curso, eixo vertical, e competências socioemocionais, eixo horizontal, indicadas pelo Fórum Econômico Mundial como sendo essenciais para o colaborador do século XXI.

O Curso está estruturado com carga horária total de 1600 horas (em hora-relógio), dividida em quatro módulos de 400 horas, com duração semestral, que poderão ser cursados em qualquer ordem, sem pré-requisitos entre si.

Cada módulo agrupa o trabalho com habilidades com um viés de formação agrupando um conjunto de competências, que na somatória dos módulos alcançará o perfil do egresso desejado. Ao final de cada módulo propicia ao aluno receber certificação intermediária relativa às competências adquiridas.

Os módulos estão formatados:

- com até quatro disciplinas de formação profissional associadas aos objetivos do módulo,
- disciplina do eixo Humanidades relacionada diretamente à formação delineada no Fórum Econômico Mundial,
- disciplinas de apoio pedagógico em Língua Portuguesa e Matemática
- projeto integrador com a finalidade de desenvolver atividade que integre e contextualize os conteúdos-chaves das disciplinas de formação do módulo.

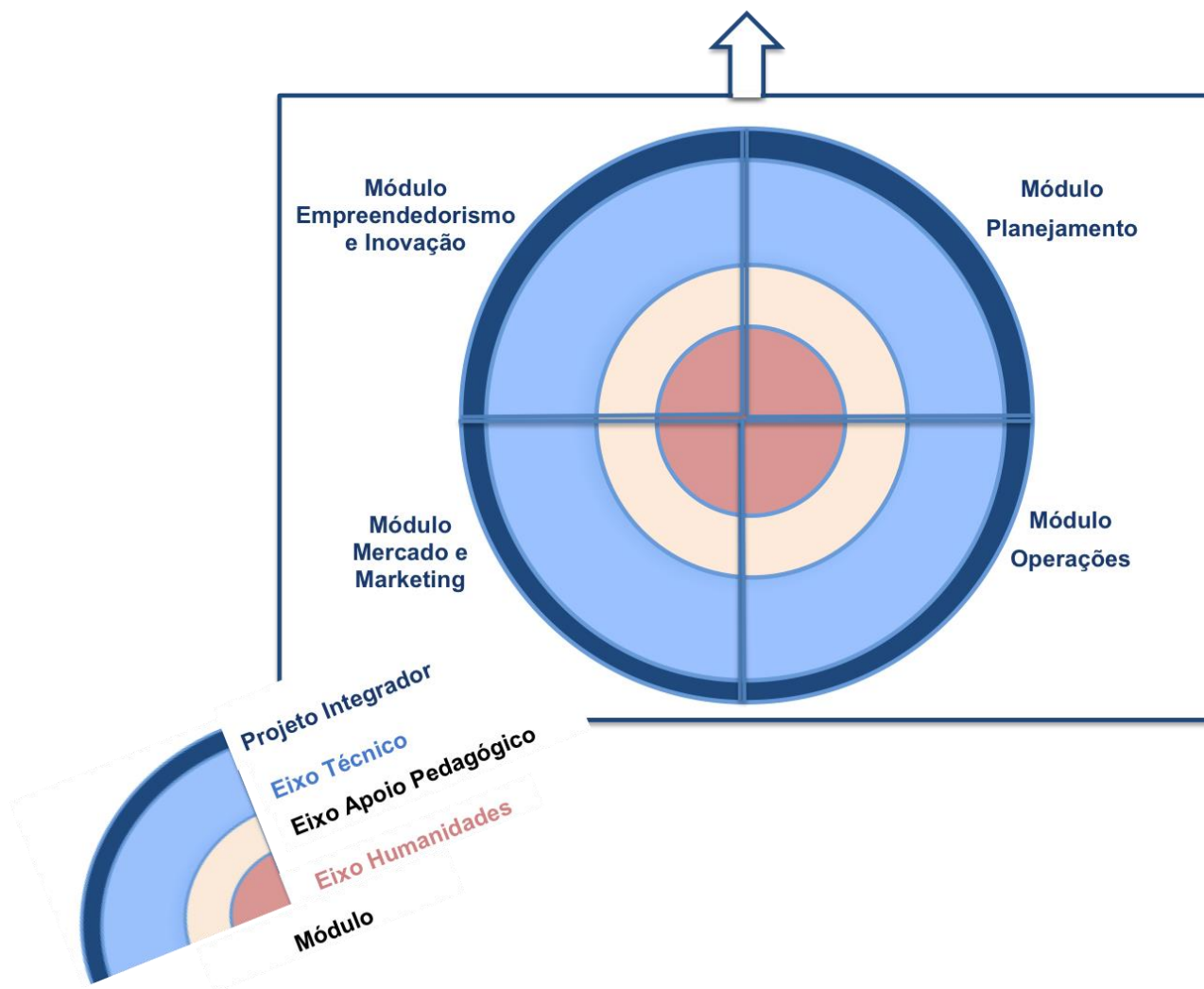
A flexibilidade propiciada por módulos sem pré-requisitos entre si facilita:

- a explicitação das competências a serem desenvolvidas em cada módulo;
- a compreensão dos objetivos e o envolvimento esperado no curso tanto pelos alunos quanto pelos professores;
- a interação entre alunos de diferentes turmas, possibilitando uma troca mais rica de conhecimentos e networking;
- as atualizações, no decorrer do curso, dos conteúdos em relação ao mercado, já que um componente curricular não se caracteriza pré-requisito dos seguintes;
- a emissão de certificações intermediárias, conforme as competências, habilidades e atitudes enfocadas no módulo, colaborando para a valorização e/ou inserção do aluno no mercado de trabalho, ao longo do curso;
- oportunidades diferenciadas de integralização dos cursos, possibilitando aos alunos a construção de uma trajetória autônoma.
- validação das competências e habilidades já adquiridas pelo aluno na sua formação profissional e de estudos anteriores ao ingresso no curso.



## 6.1 Representação gráfica da concepção do curso

Perfil do Egresso do Tecnólogo em Marketing



## 6.2 Matriz do curso

Módulo/ certificação intermediária	Eixo	Disciplina	Ch*(hora-relógio)
<b>Planejamento</b>	Eixo Técnico	Diagnóstico Estratégico	60
	Eixo Técnico	Análise Sistemática	60
	Eixo Técnico	Visão de Mercado	60
	Eixo Técnico	Gestão e Análise de Custos	60
	Eixo Integrador	Projeto Integrador Planejamento	100
	Eixo Humanidades	Humanidades	20
	Eixo Apoio Pedagógico	Português	20
	Eixo Apoio Pedagógico	Matemática	20
		<b>Total de horas no Semestre</b>	<b>400</b>
<b>Operações</b>	Eixo Técnico	Gestão de operações	60
	Eixo Técnico	Gestão de Projetos	60
	Eixo Técnico	Liderança e Trabalho em Equipe	60
	Eixo Técnico	Gestão Financeira	60
	Eixo Integrador	Projeto Integrador Operações	100
	Eixo Humanidades	Humanidades	20
	Eixo Apoio Pedagógico	Português	20
	Eixo Apoio Pedagógico	Matemática	20
		<b>Total de horas no Semestre</b>	<b>400</b>
<b>Mercado e Marketing</b>	Eixo Técnico	Gestão mercadológica	60
	Eixo Técnico	Planejamento e Técnicas de Vendas	60
	Eixo Técnico	Gestão de Marcas	60
	Eixo Técnico	Comportamento de Compra e Consumo	60
	Eixo Integrador	Projeto Integrador Mercado e Marketing	100
	Eixo Humanidades	Humanidades	20
	Eixo Apoio Pedagógico	Português	20
	Eixo Apoio Pedagógico	Matemática	20
		<b>Total de horas no Semestre</b>	<b>400</b>
<b>Empreendedorismo e Inovação</b>	Eixo Técnico	Gestão da Inovação	60
	Eixo Técnico	Pesquisa de Mercado	60
	Eixo Técnico	Plano de Negócios	60
	Eixo Técnico	Redes Sociais	60
	Eixo Integrador	Projeto Integrador Empreendedorismo e Inovação	100
	Eixo Humanidades	Humanidades	20
	Eixo Apoio Pedagógico	Português	20
	Eixo Apoio Pedagógico	Matemática	20
		<b>Total de horas no Semestre</b>	<b>400</b>
		<b>Carga horária total do curso</b>	<b>1600</b>
	D Optativa	Libras - Língua Brasileira de Sinais	60
		<b>ch total do curso</b>	<b>1600</b>

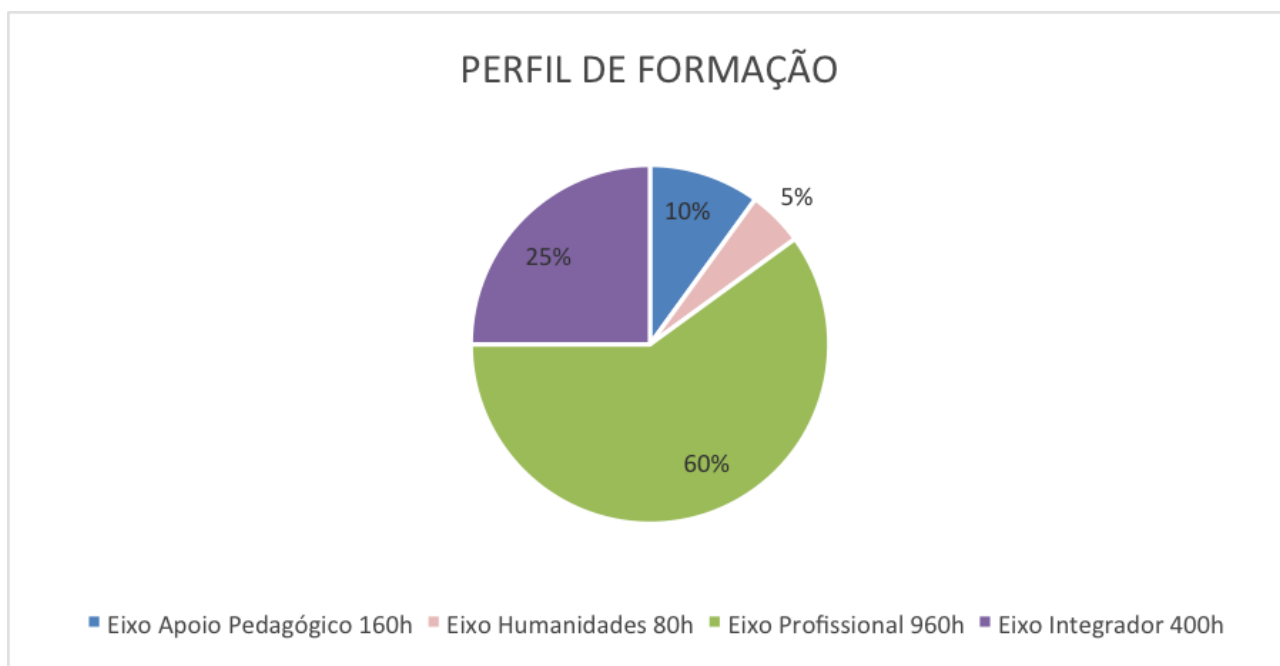
D Humanidades	Inteligência Emocional nas Organizações	20
D Humanidades	Comunicação e Negociação	20
D Humanidades	Criatividade e Inovação	20
D Humanidades	Flexibilidade Cognitiva e Resolução de Problemas Complexos	20
D Humanidades	Julgamento e Tomada de Decisões	20
D Humanidades	Planejamento da Carreira e Gestão de Pessoas	20
D Humanidades	Ética e Cidadania	20
D Humanidades	Filosofia, Sociologia e Antropologia	20
D Humanidades	Educação Ambiental	20
D Humanidades	Pensamento Político	20

D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Fonética e Fonologia	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Ortografia	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Morfologia	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Sintaxe	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Pontuação	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Semântica	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Estilística	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Textos: dissertativo, narrativo e descritivo	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Compreensão de textos	20
D Apoio Pedagógico	Língua Portuguesa – Redação Oficial	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Análise Combinatória	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Juros Simples e Compostos	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Noção de Função	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Probabilidade	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Progressão Aritmética	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Progressão Geométrica	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Estruturas Lógicas	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Tabela Verdade	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Lógica de Argumentação	20
D Apoio Pedagógico	Matemática – Problemas de Raciocínio Lógico	20
D Apoio Pedagógico em EAD	Aprendendo na modalidade a distância	20

### 6.2.1 – Perfil de formação

Com base nas diretrizes nacionais (CNE/CP nº 3 de 18.dezembro de 2002) para o Curso Superior de Tecnologia em Marketing, a matriz curricular foi concebida por eixos: Eixo Técnico, Eixo Integrador, Eixo de Apoio Pedagógico e Eixo Humanidades.

#### Representação gráfica do perfil de formação



#### Eixo Técnico

Abarcam os conteúdos, competências e habilidades essenciais à formação de um tecnólogo em Gestão Financeira.

#### Eixo integrador

Tem como finalidade desenvolver atividade que integre e contextualize os conteúdos-chaves das disciplinas de formação do módulo

##### ***Para a modalidade Presencial***

De caráter teórico-prático, o projeto integrador é ofertado de forma híbrida, considerando o processo de pesquisa desenvolvido na modalidade à distância e as discussões e produções práticas presenciais.

#### Eixo Apoio Pedagógico

Formado por disciplinas básicas que contribuem para a melhoria da expressão em língua portuguesa, consolidação da formação em matemática e contabilidade. São as disciplinas: Língua Portuguesa e Matemática.

São ofertadas uma a cada módulo - podendo ao aluno optar dentre as oito disciplinas de cada área, de acordo com seu interesse imediato.

As demais disciplinas o aluno poderá cursá-las como optativas adicionais à carga horária mínima à integralização do curso.

### ***Para a modalidade Presencial***

As disciplinas desse eixo são ofertadas na modalidade a distância, com enfoque para a autoaprendizagem, conta com recursos didáticos disponibilizados no Ambiente Virtual de Aprendizagem da IES e com a mediação de tutores.

Com base na Portaria nº 1134 de 10/10/2016 a carga horária não ultrapassa 20% (vinte por cento) da carga horária total do curso centrada na autoaprendizagem e vem representada na matriz curricular.

## **Eixo Humanidades**

São disciplinas relacionadas diretamente à formação delineada no Fórum Econômico Mundial de 2016.

São disponibilizadas oito disciplinas para que o aluno opte por quatro, uma a cada módulo, de acordo com seu interesse imediato. As demais disciplinas o aluno poderá cursá-las como optativas adicionais à carga horária mínima à integralização do curso.

### ***Para a modalidade Presencial***

As disciplinas desse eixo são ofertadas na modalidade a distância, com enfoque para a autoaprendizagem, conta com recursos didáticos disponibilizados no Ambiente Virtual de Aprendizagem da IES e com a mediação de tutores.

Com base na Portaria nº 1134 de 10/10/2016 a carga horária não ultrapassa 20% (vinte por cento) da carga horária total do curso centrada na autoaprendizagem e vem representada na matriz curricular.

## **6.3 Concepção dos Componentes Curriculares**

### **6.3.1 As atividades não-presenciais para integralização da hora-aula**

Na modalidade presencial, atendendo ao Parecer 261/2006, que delibera sobre a hora-aula e carga horária do curso serem mensuradas em horas (de 60 minutos) de atividades acadêmicas e de trabalho discente efetivo, para integralização das disciplinas, os alunos são orientados a desenvolver atividades programadas pelos professores que colaboram para a compreensão dos conteúdos e o desenvolvimento de competências, habilidades e atitudes pertinentes à disciplina, módulo e curso.

Conforme previsto no Parecer, além do momento de aula expositiva, completam a hora-aula: atividades práticas supervisionadas, tais como laboratórios, atividades em biblioteca, iniciação científica e trabalhos individuais e em grupo.

### **6.3.2 Disciplinas optativas/eletivas**

Em atendimento ao disposto no Decreto nº 5.626 de 22 de dezembro de 2005, assim como em sintonia com os princípios da educação da Faculdade Flamingo, baseados na inclusão social e no respeito às diferenças, os Cursos de tecnologia e bacharelado da Faculdade Flamingo prevêem a oferta da disciplina optativa de Libras.

Para além da adequação legal, a proposta de oferta da disciplina de Libras vem ao encontro do perfil traçado ao egresso, ao valorizar a importância da inclusão social nas empresas acreditando que, paulatinamente, os profissionais dos diferentes segmentos terão em suas equipes ou como participantes em treinamentos deficientes auditivos; além de contribuir para o egresso relacionar-se, de forma inclusiva, com a comunidade em geral.

Os alunos que optarem pela realização dessa disciplina terão, em seu histórico, o registro da carga horária cumprida como disciplina optativa e esta será acrescida na carga horária total do curso.

Os alunos contam também com a oferta de um roll de disciplinas dos eixos apoio pedagógico e

humanidades a serem cursadas optativamente.

A escolha pela realização desta disciplina não implicará em dispensa de qualquer outra disciplina ou componente curricular obrigatórios constantes na matriz do curso.

### **6.3.3 Formação em Cultura Afro-Brasileira, Temática Indígena, Meio Ambiente e Direitos Humanos**

Atendendo à Resolução nº 1, de 17 de junho de 2004, que trata das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana, e vindo ao encontro da missão e valores institucionais, bem como do perfil do egresso, o curso abarca, transversalmente, a questão da Educação das relações étnico-raciais, objetivando a divulgação e produção de conhecimentos, bem como de atitudes, posturas e valores que eduquem cidadãos quanto à pluralidade étnico-racial, tornando-os capazes de interagir e de negociar objetivos comuns que garantam, a todos, respeito aos direitos legais e valorização de identidade, no exercício de suas relações interpessoais e de liderança.

A disciplina Ética e Cidadania assume em seus objetivos específicos o desenvolvimento e aprofundamento desta questão.

Atendendo ao Decreto nº 4281, de 25 de junho de 2002, que institui a Política Nacional de Educação Ambiental, o curso abarca os preceitos da educação ambiental de modo transversal, contínuo e permanente. A disciplina Educação Ambiental, do eixo Humanidades, apresenta explicitamente os conteúdos em questão, promovendo a sensibilização, informação e orientação para práticas sustentáveis em seus três pilares: social, financeiro e ambiental.

### **6.3.4 Trabalho de Conclusão de Curso**

De acordo com o projeto do Curso, o TCC não é componente curricular obrigatório para a integralização do curso.

No decorrer do curso, contribuindo para a quantidade de formação profissional, são previstas por algumas disciplinas as diretrizes e práticas de utilização da metodologia científica adequada à elaboração de trabalhos monográficos ou de pesquisa, com temática pertinente ao conjunto de conhecimentos construídos durante o curso.

### **6.3.5 Atividades Complementares**

De acordo com o Projeto do Curso, o envolvimento do aluno em atividades complementares é opcional, entendendo que a obrigatoriedade conflitaria com a disponibilidade dos alunos trabalhadores e dificultaria a conclusão do curso em dois anos.

Toda a equipe docente entende que as atividades complementares promovem o desenvolvimento de uma práxis interdisciplinar, garantindo a articulação teoria-prática, propiciando vivências de enriquecimento curricular relacionadas à área de atuação profissional e por esta razão incentiva o envolvimento dos alunos em atividades, experiências e discussões extra-classe que corroborem para a sua formação profissional.

### **6.3.6 Estágio Curricular Supervisionado**

Regulamentado pela Lei N.º 11.788, de 25 de setembro de 2008, o estágio é ato educativo escolar supervisionado, desenvolvido no ambiente de trabalho, que visa à preparação para o trabalho produtivo de educandos que estejam frequentando o ensino regular em instituições de educação superior. O estágio visa ao aprendizado de competências próprias da atividade profissional e à contextualização curricular, objetivando o desenvolvimento do educando para a vida cidadã e para o trabalho.

Para o Curso, o estágio é atividade não obrigatória.

Mesmo não sendo obrigatório, o estudante é estimulado a envolver-se, uma vez que propicia vivenciar a realidade do mercado através do conhecimento das diferentes áreas e das empresas e mesmo não

havendo, necessariamente, um programa ou cronograma pré-estabelecido, a Faculdade garante o compromisso de acompanhamento e orientação por professor selecionado.

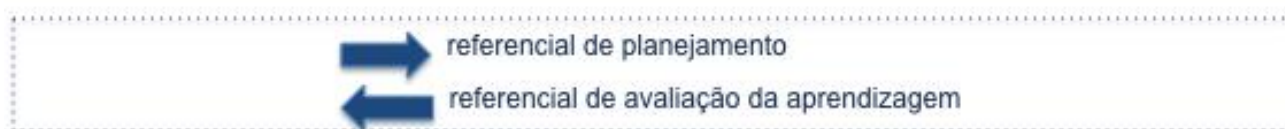
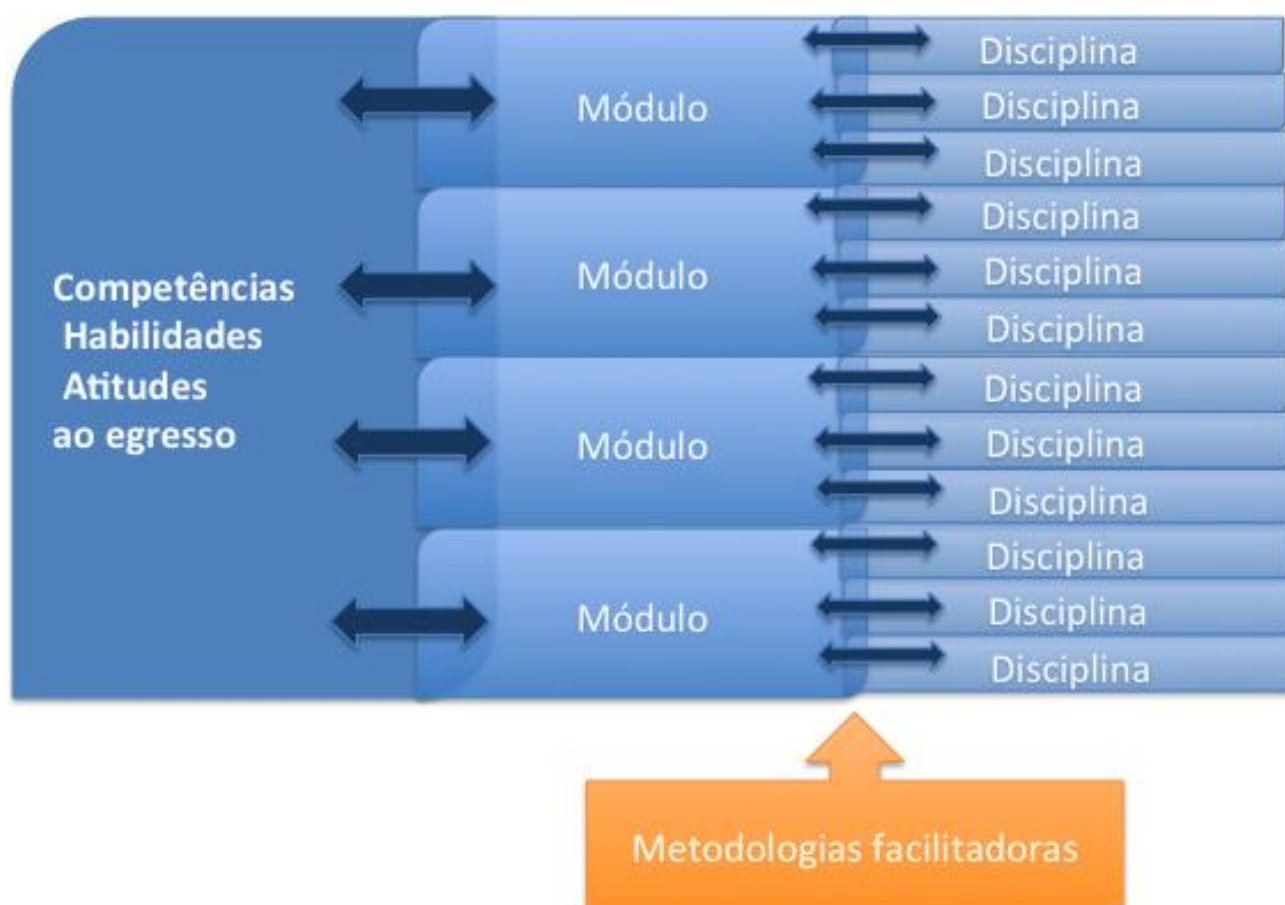
Como determinado pela Lei, o estágio poderá ser realizado em instituição privada ou pública, bem como em atividades associadas a profissionais liberais de nível superior devidamente registrados em seus respectivos conselhos de fiscalização profissional.

Quanto à área ou tipo de atividade com as quais o aluno irá se envolver, inicialmente não há uma restrição ou imposição de alguma área específica. É importante que as atividades a serem desenvolvidas e vivenciadas pelo aluno possam contribuir para a sua formação profissional.

#### 6.4 Esqueleto de competências e habilidades

A Estrutura Curricular pauta-se na concepção de que as competências, habilidades e atitudes delineados como perfil do egresso são resultado da somatória dos aprendizados adquiridos em cada módulo.

Daí a imprescindibilidade de a equipe acadêmica ir construindo um esqueleto de competências e habilidades claros e objetivos a fim de orientar o enfoque de ensino e aprendizagem de cada módulo.





**6.5 Planos de Ensino**

Os planos de ensino, quando atualizados e deferidos pelo NDE, são inseridos nesse PPC, indicada a data de atualização.



## **MÓDULO PLANEJAMENTO**

### **DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO**

#### **Ementa**

Apresentar a importância do diagnóstico e a estrutura organizacional, políticas e procedimentos, lideranças, relações organizacionais e desvios de desempenho. Elaboração de roteiros e mecanismos de identificação de problemas e de coleta de dados organizacionais. Análise para implementação do planejamento estratégico. Controle e normalizar o plano de mudanças organizacionais possibilitando as oportunidades de melhoria, matriz de prioridades e de controle com metodologias e processos do desenvolvimento do diagnóstico estratégico.

#### **Competências e Habilidades**

Compreensão sobre diagnóstico empresarial trazendo a organização investigação, pesquisas, suposições e conclusões, que permite avaliar a conveniência de destinar recursos ao delineamento para o planejamento estratégico, combinando considerações de caráter técnico, econômico e financeiro levantadas em diferentes etapas.

Compreensão da metodologia de elaboração e implementação do diagnóstico para esboçar o planejamento estratégico nas empresas, conduzindo por controle e avaliação, bem como das causas mais comuns de falhas antes, durante a elaboração e implementação do planejamento estratégico.

Compreensão e implementação da estratégia e as tomadas de decisões em situações de incertezas e situações de riscos.

#### **Conteúdo Programático**

1. Estratégia Empresarial
2. Diagnóstico estratégico: Introdução
3. Diagnóstico estratégico: Elementos das empresas
4. Relatório e Análise Diagnóstico
5. Balanced Scorecard (BSC)

#### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Eduardo Leopoldina de. Introdução à pesquisa operacional: métodos e modelos para a análise de decisão. Rio de Janeiro: LTC, 2000/2002.

BETHLEM, Agrícola de Souza. Estratégia empresarial: conceitos, processo e administração estratégica. São Paulo: Atlas, 2004.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2001.

SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias (org.). Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008.

#### **Bibliografia Complementar**

BERTI, Anélio. Diagnóstico empresarial: teoria e prática. São Paulo: Ícone, 2001.

CAVALCANTI, Marly (Org). Gestão estratégica de negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação. São Paulo: Pioneira, 2001.

CHOPYAK, Christine. Desenhe sua estratégia de negócios. São Paulo: DVS, 2015.

FILHO, Emílio Herrero. Balanced Scorecard a gestão estratégica: uma abordagem prática. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017

SYNCLAIR, Luiz; SILVA, César R. L. Economia e mercados: introdução à economia. São Paulo: Saraiva, 2010.

SILVA, E. M. et. al. Estatística para os cursos de Economia, Administração e Ciências Contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.

## **ANÁLISE SISTÊMICA**

### **Ementa**

Compreensão de fatos importantes a partir dos dados e informações - referentes aos ambientes externo e interno da empresa e assim desenvolver uma análise completa da organização e as variáveis do que e como podem influenciá-la, por meio de uma visão sistêmica. Definição, quantificação e mensuração de variáveis de análise organizacional.

### **Competências e Habilidades**

Identificar quais dados dos ambientes internos e externos são relevantes para a compreensão de uma questão que se quer analisar.

Domínio de estratégias e ferramentas de análise de ambiente interno e externo, como análise SWOT, modelo de 5 forças de Porter, círculo PDCA.

### **Conteúdo Programático**

1. Compreensão de um problema - o que se quer compreender
2. Análise do Ambiente Interno de uma empresa
3. Análise do Ambiente Externo de uma empresa
4. Ferramentas para análise de ambiente interno e externo na organização
5. Implementação da estratégia com a análise sistêmica

### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Eduardo Leopoldina de. Introdução à pesquisa operacional: métodos e modelos para a análise de decisão. Rio de Janeiro: LTC, 2000/2002.

SILVA, Ermes Medeiros da. Pesquisa operacional. São Paulo: Atlas, 1998

MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística Básica e Probabilidade. São Paulo: Pearson, 2002

### **Bibliografia Complementar**

BERTALANFFY, L. V. O significado da teoria geral dos sistemas. In: Teoria Geral dos Sistemas. Petrópolis (RJ): Vozes, 1973.

BERTI, Anélio. Diagnóstico empresarial: teoria e prática. São Paulo: Ícone, 2001.

HOJI, Masakazu. Administração Financeira: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas: 2003.

SYNCLAIR, Luiz; SILVA, César R. L. Economia e mercados: introdução à economia. São Paulo: Saraiva, 2010.

SILVA, E. M. et. al. Estatística para os cursos de Economia, Administração e Ciências Contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.

BARABBA, Vicent P. Reunião de talentos: criando a empresa baseada no mercado. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

MORIN, Edgar. A organização (do objeto ao sistema). In: O método 1: a natureza da natureza. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

## **VISÃO DE MERCADO**

### **Ementa**

Estudar sobre os diferentes nichos de atuação no mercado, identificando as estratégias entre os concorrentes, construindo cenários de longo prazo a partir da compreensão do cenário econômico-político e social.

### **Competências e Habilidades**

Compreender o cenário econômico-político-social

Analisar os diferentes nichos de atuação no mercado

Analisar estratégias entre empresas concorrentes e o contexto do mercado

Elaborar cenários a longo prazo

### **Conteúdo Programático**

1. Economia - micro e macro
2. As variáveis que influenciam na economia
3. Os segmentos de atuação no mercado e as estratégias entre as concorrentes
4. Estudo de caso

### **Bibliografia Básica**

ROSSETTI, José Paschoal. Introdução à economia. São Paulo: Atlas, 2014.

SILVA, Fábio Gomes. Economia aplicada à administração. São Paulo: Futura, 2002.

SYNCLAIR, Luiz; SILVA, César R. L. Economia e mercados: introdução à economia. São Paulo: Saraiva, 2010.

### **Bibliografia Complementar**

CARVALHO, Luiz Carlos Pereira. Microeconomia introdutória. São Paulo: Atlas, 2000.

GREMAUD, A.; VASCONCELOS, M. A.; TORNETO Jr., R. Economia Brasileira Contemporânea. São Paulo: Atlas, 2004.

PASSOS, Carlos Roberto Martins. Princípios de economia. São Paulo: Thomson, 2003. STIGLITZ, Joseph;

WALSH, Carl E. Introdução à Microeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

WESSELS, Walter. Microeconomia – Teorias e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2002.

VASCONCELLOS, M. A.; TORNETO Jr., R. Economia Brasileira Contemporânea. São Paulo: Atlas, 2004.

Joseph; WALSH, Carl E. Introdução à Microeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

## **GESTÃO E ANÁLISE DE CUSTOS**

### **Ementa**

Apresentar aplicações de contabilidade de custos, demonstrando alguns sistemas de custeio, seu controle e contabilização em empresas industriais, comerciais e prestadoras de serviços.

### **Competências e Habilidades**

Compreender os fundamentos da Contabilidade de Custos.  
Controlar e Custear de Materiais.  
Compreender e aplicar a classificação dos custos.  
Compreender e aplicar o Sistema de Custeio por Absorção, Direto ou Variável.  
Compreender e aplicar o Custeio por Departamento.  
Compreender e aplicar ABC - ActivityBasedCosting.  
Compreender e aplicar o Sistema Target Costing e Kaizen.  
Compreender e aplicar o conceito de fixação do preço de venda.  
Compreender e aplicar a gestão estratégica de custos.

### **Conteúdo Programático**

1. A contabilidade de custos, financeira e gerencial; 1.1. evolução histórica da contabilidade e relacionamento com contabilidade custos; 1.2. diferença entre a contabilidade de custos e as outras contabilidades; 1.3. princípios básicos da contabilidade de custos industrial; 2. Terminologia contábil básica; 3. Princípios contábeis aplicados a custos; 3.1. custeio por absorção para atender aos princípios contábeis; 4. Custeio por absorção; 4.1. separação entre custos e despesas; 4.2. apropriação dos custos diretos; 4.3. apropriação dos custos indiretos; 4.4. mapa de rateio dos custos indiretos simples; 4.5. contabilização; 4.6. controle de estoque; 4.7. Custo do Produto Vendido (CPV); 4.8. Departamentalização; 5. Materiais diretos; 5.1. controle de estoque; 5.2. tratamento dado às perdas; 5.3. tratamento dado aos impostos; 5.4. tratamento dado aos subprodutos e sucatas; 6. Mão-de-obra direta (MOD); 6.1. separação entre MOD e Mão-de-obra indireta (MOI); 6.2. problemas relacionados à MOD.

### **Bibliografia Básica**

PEREZ JUNIOR, José Hernandez. Gestão estratégica de custos. São Paulo: Atlas, 2012.  
RIBEIRO, Osni M. Contabilidade de Custos Fácil. São Paulo: Saraiva, 1999, 2005.  
MEGLIORINI, Evandir. Custos : Análise e Gestão. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

### **Bibliografia Complementar**

CHING, Hong Yuh. Gestão baseado em custeio por atividade: ABM Activity-Based Management. São Paulo: Atlas, 2001.  
HORNGREN, Charles T. Contabilidade de custos: uma abordagem gerencial. São Paulo: Prentice Hall, 2004.  
SILVA, Raimundo Nonato Sousa; LINS, Luiz dos Santos. Gestão de Custos - Contabilidade, Controle e Análise. São Paulo: Atlas, 2010.  
RIBEIRO, Osni M. Contabilidade de Custos Fácil. São Paulo: Saraiva, 1999, 2005.  
CHANLAT, Jean-François. Gestão Empresarial: uma perspectiva antropológica. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

## **PROJETO INTEGRADOR - PLANEJAMENTO**

### **Ementa**

Integrar, por meio de uma atividade de projeto contextualizado, os conhecimentos desenvolvidos nas unidades curriculares do módulo. Desenvolver habilidades de trabalho em grupo, comunicação oral e escrita, resolução de problemas, pensamento crítico, pensamento criativo, metodologia de desenvolvimento de projetos visando ao desenvolvimento das competências adquiridas no módulo do curso por meio de aplicação em projetos de pesquisa, estudo de caso, elaboração de planos de intervenção.

### **Competências e Habilidades**

Desenvolver habilidades de trabalho em grupo;  
Exercitar e aprimorar a comunicação oral e escrita;  
Compreender e exercitar processo de resolução de problemas;  
Desenvolver o processo de pensamento crítico;  
Compreender e aplicar metodologia de desenvolvimento de projeto;  
Compreender e aplicar metodologia de estudo de caso ou elaboração de um plano de intervenção ou de pesquisa.

### **Conteúdo Programático**

1 Conhecer modelos de elaboração de projetos Conceitos gerais, diferentes modelos de projetos. 2 Elaborar projetos Definição da problemática, justificativas, objetivos e hipótese, bases teóricas fundamentais, metodologia, cronograma, custo, orçamentos, materiais e pessoal, resultados esperados. 3 Acompanhar as etapas de execução do projeto Executar e acompanhar todas as etapas do projeto, buscando eventuais falhas. 4 Finalizar um projeto 5 Redigir e avaliar os resultados finais do projeto

### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Eduardo Leopoldina de. Introdução à pesquisa operacional: métodos e modelos para a análise de decisão. Rio de Janeiro: LTC, 2000/2002.  
SILVA, Fábio Gomes. Economia aplicada à administração. São Paulo: Futura, 2002.  
PEREZ JUNIOR, José Hernandez. Gestão estratégica de custos. São Paulo: Atlas, 2003, 2012.

### **Bibliografia Complementar**

CAVALCANTI, Marly (Org). Gestão estratégica de negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação. São Paulo: Pioneira, 2001.  
CARVALHO, Luiz Carlos Pereira. Microeconomia introdutória. São Paulo: Atlas, 2000.  
GREMAUD, A.; VASCONCELOS, M. A.; TORNETO Jr., R. Economia Brasileira Contemporânea. São Paulo: Atlas, 2004.  
WESSELS, Walter. Microeconomia – Teorias e Aplicações. São Paulo: Saraiva, 2002.  
RIBEIRO, Osni M. Contabilidade de Custos Fácil. São Paulo: Saraiva, 1999, 2005.  
CHANLAT, Jean-François. Gestão Empresarial: uma perspectiva antropológica. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

## **MÓDULO OPERAÇÕES**

### **GESTÃO DE OPERAÇÕES**

#### **Ementa**

Desenvolver uma base conceitual e crítica sobre os Fundamentos da Administração de Empresa. / Compreender a importância da teoria administrativa para a atividade empresarial; - entender a função e os papéis do administrador na gestão pública e privada; - refletir sobre as relações entre as organizações e o ambiente externo.

#### **Competências e Habilidades**

Introduzir o aluno no conhecimento da evolução da Administração, dos conceitos, classificação e constituição das empresas. / Compreender o todo administrativo, de modo integrado, sistêmico e estratégico, bem como de suas relações com o ambiente externo; / Diferenciar as principais escolas e abordagens da Administração;

Compreender as diversas formas de empresas; Elencar os tipos de recursos empresariais; Realizar uma avaliação crítica do ambiente organizacional com base nos níveis de organização; Apreender as funções administrativas.

#### **Conteúdo Programático**

Empresas:- História e Evolução;- Definição, conceitos e objetivos;- Classificação econômica;- Concentração e Grupos empresariais;- Diretrizes e Impositivos Legais

O Administrador: - O papel do Administrador;- Funções do Administrador;- Níveis Administrativos e Hierárquicos

- Habilidade Conceitual, Técnica e Humana

- Estilos de Administração

O Processo Administrativo - - Visão sistêmica;- Recursos Organizacionais;- Planejamento Estratégico, Tático e Operacional A Gestão ambiental

-conceitos e definições; -Importância estratégica para organização;-A responsabilidade social,-Estudo de casos A Estrutura Organizacional;- Organização e Estrutura da Empresa

- Organograma empresarial;- Responsabilidade;- Departamentalização

Funções da empresa:- O Papel do Marketing nas Organizações;I da Gestão Financeira nas Organizações; da Logística nas Organizações; da Produção e Qualidade nas Organizações; dos Recursos Humanos nas Organizações

Teorias e Modelos de Administração\; - Administração Científica

- Teoria Clássica; da Burocracia; das Relações Humanas; Comportamental; Neoclássica

#### **Bibliografia Básica**

RITZMAN, Larry P. Administração da produção e operações. São Paulo: Prentice Hall, 2003, 2004.

FERREIRA, Ademir Antonio. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Thomson, 2006.

ROBBINS, Stephen Paul. Administração: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2002, 2003.

#### **Bibliografia Complementar**

OLIVEIRA, Dijalma de Pinho Rebouças de. Teoria Geral da Administração: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2010.

BOBBIO, Norberto. Estado, governo, sociedade: para uma teoria geral da política. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

PEREIRA, Maria Izabel. Modelo de gestão: uma análise conceitual. São Paulo: Pioneira, 2001.

STONER, James A. F. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 1994.

NASCIMENTO, Edson Ronaldo. Gestão pública. Saraiva, 2006.

## **GESTÃO DE PROJETOS**

### **EMENTA**

Metodologias de Gestão de Projetos. Processos de Melhorias. Soluções computacionais. Projetos de Software. Gestão de equipe. Cronograma. Gestão de tempo. Gestão de custo. Gestão de Recursos. Fazer uso das metodologias a serem abordadas para o planejamento, execução e gerenciamento de projetos, desenvolver melhorias em processos e demais atividades que precisam ser planejadas.

### **Competências e Habilidades**

Reconhecer as oportunidades e condições para a proposta de projetos; entender o ambiente de projetos; definir os objetivos e o escopo de projetos; planejar projetos; detalhar os insumos e os produtos de projetos; controlar o andamento de projetos; documentar e comunicar os resultados de projetos; avaliar os resultados de projetos; finalizar e apresentar projetos. Capacitar-se para atuar como Gerente de Projetos.

### **Conteúdo Programático**

1. Introdução à Administração de Projetos (3-h.a.) • Aplicações, desafios e oportunidades • Conceitos e Definições • Estratégias de projetos • Estruturas organizacionais 2. Processos do Gerenciamento de Projetos (2-h.a.) • Ciclo de vida • Processo de iniciação • Processo de planejamento • Processo de execução • Processo de controle 3. Gestões do Gerenciamento de Projetos (18-h.a.) • Gestão da Integração • Gestão do escopo • Gestão dos prazos • Gestão dos custos • Gestão da qualidade • Gestão de pessoas • Gestão da comunicação • Gestão de riscos • Gestão das aquisições e contratos 4. Capacitação em Gerenciamento de Projetos (3-h.a.) • Elementos do Conhecimento e Experiência • Atitudes pessoais 5. Escritório de Projetos (1-a) 6. Competência e carreira em Gerenciamento de Projetos (1-h.a.) 7. Certificação em Gerenciamento de Projetos (1-h.a.) 8. Administração de Projetos Internacionais

### **Bibliografia Básica**

ARMANI, Domingos. Como elaborar projetos. Porto Alegre: Tomo Edi.2003.

RUAS, Roberto Lima. Os novos horizontes da gestão: aprendizagem organizacional e competências. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Administração de Projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2002, 2010.

### **Bibliografia Complementar**

BRUCE, Andes. Como gerenciar projetos. São Paulo: Publifolha, 2001.

KEELLING, Ralph. Gestão de Projetos: uma abordagem Global. São Paulo: Saraiva Global, 2002.

VARGAS, Ricardo Viana. Gerenciamento de projetos: estabelecendo diferenciais competitivos. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

MENEZES, Luiz César Moura. Gestão de projetos. SP: Atlas, 2001, 2003; VARGAS, Ricardo Viana. Análise de valor agregado em projetos. São Paulo: Brasport, 2002.



## **LIDERANÇA E TRABALHO EM EQUIPE**

### **Ementa**

Formação de equipes: conceito, importância, liderança e desempenho. Desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Gerenciando o processo de mudanças na Organização: para o desenvolvimento de pessoas e das equipes de trabalho. Learning Organization e sua evolução. As perspectivas e evolução da gestão de pessoas: novos paradigmas nos sistemas modernos de trabalho e do trabalhador do conhecimento.

### **Competências e Habilidades**

a) Refletir sobre a importância da Gestão de Pessoas nas organizações modernas; b) Desenvolver competências para aplicar aos sistemas modernos de trabalho; c) Desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais; d) Ter iniciativa, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência de qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional; e) Desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável; f) Refletir sobre a importância do Learning Organization como instrumento de Educação Corporativa;

### **Conteúdo Programático**

UNIDADE I- Formação de equipes: conceito, importância, liderança e desempenho. Diferenciar equipes de grupos de trabalho; Perceber a importância da liderança no desempenho das equipes de trabalho. UNIDADE II- Desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Gerar conhecimento sobre a importância do trabalho em equipe para o desenvolvimento organizacional. UNIDADE III- Gerenciando o processo de mudanças na organização: para o desenvolvimento de pessoas e das equipes de trabalho. Desenvolver o gerenciamento para o processo de mudanças na organização; Aplicar estratégias na solução de conflitos. UNIDADE IV- Learning Organization e sua evolução Entender o Learning Organization como instrumento de Educação Corporativa. UNIDADE V- As perspectivas e evolução da gestão de pessoas: novos paradigmas nos sistemas modernos de trabalho e do trabalhador do conhecimento. Verificar a evolução da gestão de pessoas; Promover habilidades para os sistemas modernos de trabalho.

### **Bibliografia Básica**

MACÊDO, Ivanildo Izaias de. Aspectos comportamentais da gestão de pessoas. Rio de Janeiro: FGV, 2003.  
FERREIRA, Ademir Antonio. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Thomson, 2006.  
JOHANN, Sílvio Luiz. Gestão da cultura corporativa: como as organizações de alto desempenho gerenciam sua cultura organizacional. São Paulo: Saraiva,

### **Bibliografia Complementar**

VASCONCELOS, Isabella F. Gouveia de (Coord.) Organização em aprendizagem. São Paulo: Thomson, 2007.  
REIS, Ana Maria Veigas et al. Desenvolvimento de equipes. Rio de Janeiro: FGV, 2006.  
HELLER, Robert. Como gerenciar equipes. São Paulo: Publifolha, 2001.  
RODRIGUEZ, Gregório Mancebo. Visões da Governança Corporativa : A Realidade das sociedades por ações e a sustentabilidade. São Paulo: Saraiva, 2010.  
BOOG, Gustavo. Manual de treinamento e desenvolvimento: gestão e estratégias. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.



## **GESTÃO FINANCEIRA**

### **Ementa**

O tema central da disciplina está nas questões do equilíbrio de caixa e do desempenho financeiro global da empresa. O foco é de fomentar um espírito crítico no aluno em relação aos potenciais impactos no fluxo de caixa (e por consequência na perspectiva de sobrevivência da empresa) de planos e ações táticas/estratégicas de outras áreas funcionais (marketing, produção e recursos humanos) que muitas vezes não levam em consideração os riscos e restrições financeiras que a empresa possa sofrer. A disciplina requer conhecimentos prévios de estruturação das demonstrações financeiras, especialmente Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultados, adquiridos na disciplina de Contabilidade Básica e também de utilização de cálculos financeiros da disciplina de Matemática Financeira.

### **Competências e Habilidades**

Realizar a gestão dos fluxos financeiros de uma empresa, de modo a atingir um nível de lucro satisfatório com liquidez adequada.

### **Conteúdo Programático**

1. Conceitos Fundamentais de Finanças Corporativas
  - 1.1 Os objetivos da gestão financeira
  - 1.2 Relações de Agência e suas implicações
2. Ferramentas de análise e gestão financeira
  - 2.1 Os demonstrativos financeiros e o fluxo de caixa
  - 2.2 Dados financeiros modificados para tomada de decisões
3. Gerenciamento do capital de giro
4. Planejamento financeiro de curto e longo prazo

### **Bibliografia Básica**

SILVA, José P. Análise Financeira das empresas. São Paulo: Atlas, 2012.  
ASSAF NETO, Alexandre. Administração de capital de giro. São Paulo: Atlas, 2012.  
MATARAZZO, Dante C. Análise Financeira de Balanços: abordagem básica e gerencial. São Paulo: Atlas, 2010.

### **Bibliografia Complementar**

BRIGHAM, Eugene F. Administração financeira: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001.  
HOJI, Masakazu. Administração Financeira: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2003.  
ANVICENTE, Antonio Zoratto. Administração financeira São Paulo: Atlas, 2013; SILVA, José Pereira. Análise financeira das empresas. São Paulo: Atlas, 2004.  
CASAROTTO FILHO, Nelson. Análise de investimentos: matemática financeira, engenharia e econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 2010.

## **PROJETO INTEGRADOR - OPERAÇÕES**

### **Ementa**

Integrar, por meio de uma atividade de projeto contextualizado, os conhecimentos desenvolvidos nas unidades curriculares do módulo. Desenvolver habilidades de trabalho em grupo, comunicação oral e escrita, resolução de problemas, pensamento crítico, pensamento criativo, metodologia de desenvolvimento de projetos visando ao desenvolvimento das competências adquiridas no módulo do curso por meio de aplicação em projetos de pesquisa, estudo de caso, elaboração de planos de intervenção.

### **Competências e Habilidades**

Desenvolver habilidades de trabalho em grupo; Exercitar e aprimorar a comunicação oral e escrita; Compreender e exercitar processo de resolução de problemas; Desenvolver o processo de pensamento crítico; Compreender e aplicar metodologia de desenvolvimento de projeto; Compreender e aplicar metodologia de estudo de caso ou elaboração de um plano de intervenção ou de pesquisa

### **Conteúdo Programático**

1 Conhecer modelos de elaboração de projetos Conceitos gerais, diferentes modelos de projetos. 2 Elaborar projetos Definição da problemática, justificativas, objetivos e hipótese, bases teóricas fundamentais, metodologia, cronograma, custo, orçamentos, materiais e pessoal, resultados esperados. 3 Acompanhar as etapas de execução do projeto Executar e acompanhar todas as etapas do projeto, buscando eventuais falhas. 4 Finalizar um projeto 5 Redigir e avaliar os resultados finais do projeto.

### **Bibliografia Básica**

RITZMAN, Larry P. Administração da produção e operações. São Paulo: Prentice Hall, 2003, 2004.

ARMANI, Domingos. Como elaborar projetos. Porto Alegre: Tomo Edi.2003.

FERREIRA, Ademir Antonio. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Thomson, 2006.

### **Bibliografia Complementar**

STONER, James A. F. Administração. Rio de Janeiro: LTC, 1994. NASCIMENTO, Edson Ronaldo. Gestão pública. Saraiva, 2006.

NASCIMENTO, Edson Ronaldo. Gestão pública. Saraiva, 2006.

VARGAS, Ricardo Viana. Análise de valor agregado em projetos. São Paulo: Brasport, 2002.

RODRIGUEZ, Gregório Mancebo. Visões da Governança Corporativa : A Realidade das sociedades por ações e a sustentabilidade. São Paulo: Saraiva, 2010.

SILVA, José Pereira. Análise financeira das empresas. São Paulo: Atlas, 2004.

## **MÓDULO MERCADO E MARKETING**

### **GESTÃO MERCADOLÓGICA**

#### **Ementa**

Estratégias de marketing. Introdução à pesquisa de mercado. Publicidade, campanhas e mídias. Administração de produtos, marcas e patentes, design e embalagens. Mercado e sustentabilidade.

#### **Competências e Habilidades**

Conhecer e analisar o comportamento do cidadão na nova economia mundial, identificando-o enquanto consumidor, através de ferramentas como planejamento e pesquisa de marketing, composto de marketing traçando estratégias que visem à melhoria de produtos, serviços da organização e sustentabilidade.

#### **Conteúdo Programático**

- 1 Estratégias de marketing. - Conceitos e definições de marketing. - Tipos de demandas, cultura organizacional e análise dos ambientes. - Composto mercadológico. - Segmentação de mercado, posicionamento e valor. - Marketing 3.0. - Planejamento de marketing.
- 2 Introdução à pesquisa de mercado. - O problema de pesquisa. - Elementos do projeto de pesquisa. - Dados primários e secundários. - Tipos, metodologias e instrumentos de pesquisa
- 3 Publicidade, campanhas e mídias. - Tipos de campanhas publicitárias. - As grandes áreas de uma agência de publicidade e propaganda. - Planejamento de comunicação. - Planejamento de mídia. - Ética em publicidade e propaganda. - Publicidade e propaganda na era digital.
- 4 Administração de produtos, marcas e patentes. - O desenvolvimento de novos produtos; gestão de produtos, linhas e marcas. - Brand equity.
- 5 Design e embalagens. - A relação entre marketing e design. - Embalagem como elemento estratégico do marketing.
- 6 Mercado e sustentabilidade. - Conceitos de sustentabilidade e sua relação com o marketing. - Marketing 3.0 aplicado.

#### **Bibliografia Básica**

- COBRA, Marcos. Marketing Básico. São Paulo: Atlas, 1997, 2007.  
KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2000.  
PARENTE, Juracy. Varejo no Brasil: Gestão e estratégia. São Paulo: Atlas, 2014.

#### **Bibliografia Complementar**

- COBRA, Marcos; RIBEIRO, Áurea. Marketing Magia e Sedução. São Paulo: Cobra, 2000.  
HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. Administração Estratégica: competitividade e globalização. São Paulo: Cengage Learning, 2001, 2003, 2008.  
ROCHA, Ângela; et al. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 2012.  
YANAZE, Mitsuru Higuchi. Marketing Fácil. São Paulo: Saraiva, 2012.  
ROSEN, Emanuel. Marketing boca a boca: como fazer com que os clientes falem de sua empresa, seus produtos e serviços. São Paulo: Futura, 2001.

## **PLANEJAMENTO E TÉCNICAS DE VENDAS**

### **Ementa**

Introdução a vendas, ética profissional, oratória, comportamento, comprometimento, planejamento de vendas, apresentação, negociação, fechamento, tratamento de objeções, persuasão e feedback.

### **Competências e Habilidades**

Ao final deste curso o aluno estará capacitado a negociar, atender persuadir e fazer fechamentos de vendas de qualidade, compreendendo todas as etapas que compõem as vendas.

### **Conteúdo Programático**

#### Introdução à Vendas

- Conhecimentos básicos- (Produto, Empresa, Negócios, Mercado e Cliente)
- Competências (Habilidades x Conhecimento)
- Público alvo

#### Segmentação Ética Profissional

- Perfil do vendedor (O perfil que o empregador busca, tipo de vendedores)
- Oratória (Apresentação Pessoal)
- Comportamento Profissional (A postura do Vendedor)
- Comprometimento (Empregador x Colaborador – O que o vendedor foi contratado para fazer, o que ele realmente faz e como ele faz).

#### Administração de Vendas

- Planejamento da administração de vendas
- Plano de vendas • Gerenciamento de vendas
- Previsão e orçamento de vendas • Potencial de mercado e de vendas
- Excel – tabelas de controle de vendas Planejamento de Vendas
- Abordagem • Técnicas de abordagem (Como entrar em sintonia com o Cliente)
- Rapport (O que o Cliente está pensando e o que você quer que ele pense)
- Apresentação (Demonstração do produto ou serviço)
- Negociação e fechamento (Técnicas de negociação e fechamento, Preço x valor, o que oferecer ao cliente e quando oferecer - Persuasão, Tratamento das Objeções, Feedback).

#### Técnicas de Vendas

- Prática de vendas (O aluno deve vender um produto em sala, aplicando todo conhecimento adquirido).

### **Bibliografia Básica**

FERRELL, O. C. Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos. Rio de Janeiro: Reichmann e Affonso, 2001.

SÁ, Antônio Lopes de. Ética profissional. São Paulo: Atlas, 2014

SROUR, Robert Hemy. Casos de ética empresarial: Chaves para entender e decidir (mais de 350 casos). Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

### **Bibliografia Complementar**

BROOKS, William T. Vendendo para nichos de mercado: como encontrar seu cliente em um mercado saturado. São Paulo: Atlas, 1993.

DIAS, Sergio Roberto. Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2005.

JÚLIO, Carlos Alberto. A magia dos grandes negociadores: venda produtos, serviços, ideias e você mesmo com muita eficácia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MANUS, Pedro Paulo Teixeira. Negociação coletiva e contrato individual de trabalho. São Paulo: Atlas, 2001

SCHIFFMAN, Stephan. Os 25 hábitos em vendas dos mais bem sucedidos vendedores. Rio de Janeiro: Record, 2001.

## **GESTÃO DE MARCAS**

### **Ementa**

Marca: níveis de significados. Conceitos fundamentais e visão histórica. Valor da Marca. Estratégias de posicionamento e diferenciação. Branding.

### **Competências e Habilidades**

Apresentar a Marca como fenômeno estrutural e holístico com total conexão com o mercado e a empresa, fornecendo ao aluno instrumentos para reconhecer a Marca como principal patrimônio da empresa. Capacitar o aluno a reconhecer as funções da Marca nos modelos de negócios bem como na arte do Branding. Capacitar o aluno a desenvolver análise crítica sobre as estratégias de posicionamento competitivo utilizadas pelas empresas para maximizar o valor de suas Marcas.

### **Conteúdo Programático**

#### Unidade 1: . CONCEITUAÇÃO DE MARCA

##### 1.1 Evolução histórica

##### 1.2 Marcas: Análise de seus conceitos 1.3 Níveis de significados da Marca Unidade

#### 2: O PROCESSO DE PERCEPÇÃO DA MARCA

##### 2.1 Percepção do cliente 2.2 Medição da imagem da Marca Unidade

#### 3: CONSTRUÇÃO DA MARCA

##### 3.1 O processo de criação – a arte do Branding

##### 3.2 Gerenciamento de uma Marca Unidade

#### 4: COMUNICAÇÃO 4.1 Essência e identidade da Marca

##### 4.2 O Enigma da Comunicação Unidade

#### 5: POSICIONAMENTO DA MARCA

##### 5.1 Estratégias de posicionamento da Marca

##### 5.2 Estratégias de diferenciação Unidade

#### 6: VALOR DA MARCA

##### 6.1 Branding Equity

### **Bibliografia Básica**

ROBERTS, Kevin. Lovemarks: o futuro além das marcas. São Paulo: M. Books, 2005.

MOWEN, John C. MINOR, Michael S. Comportamento do consumidor. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

FISCHER, Tania (Org.). Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcas teóricas e avaliação. Salvador: Casa da Qualidade, 2002

### **Bibliografia Complementar**

HOOLEY, Graham J. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

AAKER, David A. Como construir marcas líderes. Porto Alegre: Bookman, 2007.

BROOKS, William T. Vendendo para nichos de mercado: como encontrar seu cliente em um mercado saturado. São Paulo: Atlas, 1993.

SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. Tradução de Lene Belon

KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

## **COMPORTAMENTO DE COMPRA E CONSUMO**

### **Ementa**

Comportamento, consumidor, negociações, decisões, ações, reações, regras, processo decisório, motivações de compra, necessidades e desejos, grupos de referência

### **Competências e Habilidades**

Compreender os aspectos psicológicos, comportamentais, sociais e cognitivos que permeiam as escolhas de produtos e serviços pelos consumidores. - Conhecer aspectos que determinam as necessidades e os desejos dos clientes. - Entender aspectos sociais de formação de grupos de consumo e identificação. - Fornecer conceitos de psicologia comportamental, analítica, cognitiva e psicanalítica da formação mental dos clientes. - Conhecer e compreender a formação de atitudes e as formas mercadológicas para alterá-las. - Conhecer e identificar conceitos do comportamento dos consumidores empresariais B2B. - Analisar aspectos da tomada de decisão dos clientes, segundo seu processo de decisão em etapas. - Planejar e controlar estratégias de marketing que trabalhem com os aspectos de percepção e memória dos clientes.

### **Conteúdo Programático**

1. O que é o comportamento do consumidor 1.1 Origens e aplicações estratégicas 1.2 Variações culturais no comportamento do consumidor
2. Influências do grupo sobre o comportamento do consumidor 2.1 Grupos e grupos de referência 2.2 Subculturas de consumo e Marketing 2.3 Comunidades de marca e Marketing 2.4 Comunidades virtuais e Marketing 2.5 Natureza da influência do grupo de referência 2.6 Comunicações dentro de grupos e liderança de opiniões 2.7 Comunicação boca-a-boca
3. Influências internas 3.1 Percepção 3.2 Exposição 3.3 Atenção 3.4 Fatores relacionados ao estímulo 3.5 Interpretação 3.6 Características relacionadas ao indivíduo, a situação, ao estímulo 3.7 Inferências do consumidor 3.8 Percepção e estratégia de marketing
4. Aprendizado e memorização 4.1 Natureza do 4.2 O papel da memória no aprendizado 4.3 Aprendizado de alto e baixo envolvimento
5. Motivação do consumidor 5.1 Motivação, Necessidades 5.2 Modelo de processo de motivação 5.3 A escolha dos objetivos e Interdependência de necessidades e objetivos 5.7 Motivação positiva e negativa 5.8 Motivos racionais versus emocionais 5.9 Dinâmica da motivação 5.10 Sucessos e fracassos influenciam os objetivos 5.11 Objetivos substitutos 5.12 Frustração 5.13 Mecanismos de defesa 5.14 Despertar dos motivos
6. Hierarquia das necessidades 6.1 Necessidades de Maslow 6.2 Tipos e sistemas de necessidades 6.3 Necessidades de Murray 6.4 Um trio de necessidades: poder, afiliação e realização 6.5 Mensuração
7. Personalidade e comportamento do consumidor 7.1 O que é personalidade 7.2 Natureza da personalidade 7.3 Teorias da personalidade 7.4 Personalidade e personificação da marca 7.5 Estrutura da personalidade da marca 7.6 Percepção 7.7 Risco percebido 7.8 Estratégias para os riscos
8. Atitudes e influências sobre as atitudes 8.1 Atitude 8.2 Componentes da atitude 8.3 Coerência dos componentes 8.4 estratégias para mudar atitudes 8.5 Alterações nos componentes das atitudes 8.6 Características individuais e situacionais 8.7 Resistência do consumidor à persuasão
9. Auto-imagem e estilo de vida 9.1 Estilo de vida 9.2 Auto-imagem  
9.3 As posses e o eu estendido 9.4 Medindo a auto-imagem 9.5 A natureza do estilo de vida
10. Sistema VALS
11. Influências situacionais 11.1 Natureza da influência situacional 11.2 Inter-relação entre situação, marketing e indivíduo 11.3 Características situacionais e comportamento de consumo 11.4 Situações rituais 11.5 Influências situacionais e estratégias de marketing
12. Processo de decisão do consumidor e reconhecimento do problema 12.1 Tipos de decisão do

consumidor12.2 Tomada de decisão nominal12.3 Tomada de decisão limitada12.4 Tomada de decisão estendida12.5 Natureza de reconhecimento do problema12.6 Problemas do consumidor e marketing12.7 Papeis das pessoas nas decisões de consumo

13. Processos pós-compra

14. Comportamento do consumidor organizacional

**Bibliografia Básica:**

KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MOWEN, John C. MINOR, Michael S. Comportamento do consumidor. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DIAS, Mario. Manual do comprador: Conceitos, técnicas e práticas indispensáveis em um departamento de compras. São Paulo: Edicta, 2003.

**Bibliografia Complementar:**

BONOMA, Thomas V. Sucesso e marketing industrial: Obtenção de lucros através da racionalização do mercado. São Paulo: Harbra, 1991.

HOOLEY, Graham J. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

FISCHER, Tania (Org.). Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcas teóricas e avaliação. Salvador: Casa da Qualidade, 2002.

FELIPINI, Dailton. Compra coletiva: Um guia para o comprador, o comerciante e o empreendedor. Rio de Janeiro: Brasport, 2011.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: 34, 1999.



## **PROJETO INTEGRADOR – MERCADO E MARKETING**

### **Ementa**

Integrar, por meio de uma atividade de projeto contextualizado, os conhecimentos desenvolvidos nas unidades curriculares do módulo. Desenvolver habilidades de trabalho em grupo, comunicação oral e escrita, resolução de problemas, pensamento crítico, pensamento criativo, metodologia de desenvolvimento de projetos visando ao desenvolvimento das competências adquiridas no módulo do curso por meio de aplicação em projetos de pesquisa, estudo de caso, elaboração de planos de intervenção.

### **Competências e Habilidades**

Desenvolver habilidades de trabalho em grupo; Exercitar e aprimorar a comunicação oral e escrita; Compreender e exercitar processo de resolução de problemas; Desenvolver o processo de pensamento crítico; Compreender e aplicar metodologia de desenvolvimento de projeto; Compreender e aplicar metodologia de estudo de caso ou elaboração de um plano de intervenção ou de pesquisa.

### **Conteúdo Programático**

1 Conhecer modelos de elaboração de projetos Conceitos gerais, diferentes modelos de projetos. 2 Elaborar projetos Definição da problemática, justificativas, objetivos e hipótese, bases teóricas fundamentais, metodologia, cronograma, custo, orçamentos, materiais e pessoal, resultados esperados. 3 Acompanhar as etapas de execução do projeto Executar e acompanhar todas as etapas do projeto, buscando eventuais falhas. 4 Finalizar um projeto 5 Redigir e avaliar os resultados finais do projeto

### **Bibliografia Básica**

SHIGUNOV NETO, Alexandre; CAMPOS, Letícia M. F. Manual de Gestão da Qualidade aplicado aos cursos de graduação. São Paulo: Fundo Cultural, 2006.

FIGUEIREDO, Kleber Fossati (Org.). Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento do fluxo de produtos e dos recursos. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. Administração da Produção. São Paulo: Saraiva, 2005, 2010.

### **Bibliografia Complementar**

SADY, João José. Direito do meio ambiente de trabalho. São Paulo: LTR, 2000.

ROSSIT, Lílilana Allodi. O meio ambiente de trabalho no direito ambiental brasileiro. São Paulo: LTr. 2001.

GONÇALVES, Edwar Abreu. Manual de segurança e saúde no trabalho. São Paulo: LTR, 2000.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Qualidade de vida no trabalho: conceitos e práticas da sociedade pós-industrial. São Paulo: Atlas, 2004.

BERNARDI, Maria Amália. A melhor empresa: como as empresas de sucesso atraem e mantêm os que fazem a diferença. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

OLIVEIRA Otávio J. Gestão da Qualidade: tópicos avançados. São Paulo: Pioneira, 2006.



## **MÓDULO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

### **GESTÃO DA INOVAÇÃO**

#### **Ementa**

Apresentar e discutir conceitos de administração da inovação, reflexos estratégicos em relação ao desempenho das firmas e sua aplicação no mundo corporativo. Discutir modelos de gestão passíveis de aplicação no desenvolvimento da inovação nos ambientes das empresas.

#### **Competências e Habilidades**

Apresentar ao aluno instrumental e informações que podem ser utilizados em Gestão da Inovação.

#### **Conteúdo Programático**

Fatores fundamentais na gestão da inovação.  
A teoria da inovação de ruptura de Christensen  
A inovação como um processo de gestão  
Modelo de estratégia de inovação  
Sistemas nacionais de inovação  
Mecanismos de implantação da inovação  
Construção da organização inovadora  
Alianças para inovação.  
Avaliação e desempenho da inovação

#### **Bibliografia Básica**

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): Prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 2003  
VASCONCELLOS, Eduardo. Estrutura das organizações: estruturas tradicionais, estruturas para inovação, estrutura matricial. São Paulo: Pioneira, 1997.  
MAÑAS, Antonio Vico. Gestão de tecnologia e inovação. São Paulo: Érica, 2003.

#### **Bibliografia Complementar**

RODRIGUEZ, Matuis Vicente Rodriguez y Rodriguez (Org.). Gestão do conhecimento e inovação nas empresas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.  
VON Khogh, Georg. Facilitando a criação de conhecimento: reinventando a empresa com o poder da inovação contínua. Rio de Janeiro: Campus, 2001.  
CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Manole, 2012  
DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 2006.  
SEIFFERT, Peter Quadros. Empreendendo novos negócios em corporações: estratégias, processo e melhores práticas. São Paulo: Atlas, 2005.

## **PESQUISA DE MERCADO**

### **Ementa**

Trata das pesquisas de mercado, como ferramentas estratégicas para a manutenção e o crescimento do negócio das empresas.

### **Competências e Habilidades**

Analisar as estratégias de monitoramento da percepção do consumidor, abordando a pesquisa de mercado como ferramenta do processo de decisão.

### **Conteúdo Programático**

Seção 1. Introdução aos sistemas de informação Subseção 1.1. Conceitos básicos Subseção 1.2. Aspectos gerais da pesquisa de mercado Seção 2. Pesquisa quantitativa Subseção 2.1. Etapas iniciais Subseção 2.2. Coleta de dados Subseção 2.3. Etapas finais Subseção 2.4. Pesquisa on-line Seção 3. Pesquisa qualitativa Subseção 3.1. Preparação da pesquisa Subseção 3.2. Desenvolvimento da pesquisa Subseção 3.3. Pesquisa on-line

### **Bibliografia Básica**

BRITO, Osias. Mercado Financeiro: Estruturas, produtos, serviços, visar, controle gerencial. São Paulo: Saraiva, 2013

AAKER, David A. Administração estratégica de mercado. Porto Alegre: Bookman, 2001

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. Introdução à análise do discurso. Campinas: Unicamp, 2004.

### **Bibliografia Complementar**

SEIFFERT, Peter Quadros. Empreendendo novos negócios em corporações: estratégias, processo e melhores práticas. São Paulo: Atlas, 2005

CARNEIRO, Jorge M.T. Formação e administração de preços. Rio de Janeiro: FGV, 2006. CHURCHILL JR., Gilbert A. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.

BARABBA, Vicent P. Reunião de talentos: criando a empresa baseada no mercado. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

SYNCLAIR, Luiz; SILVA, César R. L. Economia e mercados: introdução à economia. São Paulo: Saraiva, 2010.

## **PLANO DE NEGÓCIOS**

### **Ementa**

A disciplina tem por objetivo mostrar aos discentes a Necessidade do Plano de negócios, trabalhar com a Fundamentação do Plano de negócios, desde seu Projeto Conceptual até a Construção do próprio Plano.

### **Competências e Habilidades**

Desenvolver o pensamento crítico cognitivo, teórico e pragmático para o exercício de planejamento e criação de um empreendimento.

Desenhar um Plano de negócios;

Despertar a motivação nos colaboradores;

Desenvolver o olhar sistêmico para o desenvolvimento de estratégias;

Compreender a importância visão, missão e valores para o sucesso da empresa;

Analisar as influências do Macro e Microambiente.

### **Conteúdo Programático**

Motivação e conceituação

O despertar e a importância do empreendedorismo;

Posturas típicas de um empreendedor;

Oportunidades de negócios e de lucratividade;

Os impactos da empresa na vida pessoal do empreendedor;

Necessidade de um Plano de Negócios;

Definição de um Plano de Negócios

Formulação das estratégias e demais aspectos para um bom Plano de Negócios;

Definição da visão, missão e valores;

Riscos envolvidos;

Estudo de viabilidade econômico-financeira, captação de recursos e análise

Swot; Implantação, Análise e Formulação

Atividade de construção de um Plano de Ação a partir da aplicação dos conceitos administrativos;

Análise dos principais aspectos da legislação nacional para novos negócios;

Análise das rotinas, estruturas administrativas e legislação regional e local para o plano de negócios;

Plano Diretor municipal alinhado com o plano de negócios;

Necessidade de análise de marketing, finanças, administração, tecnologia e organização empresarial.

Análise das eventuais turbulências e das vulnerabilidades, timing e probabilidades;

Análise da competitividade e concorrência, do Macroambiente e Microambiente;

Oportunidades e ferramentas de tecnologia de informação para os novos negócios no mundo digital;

Aplicativos e demais softwares para auxiliar o empreendedor em suas atividades;

Fatores-chave de sucesso do empreendedor e a defesa do Plano.

### **Bibliografia básica:**

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, José C. Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. São Paulo: Campus, 2001

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship). São Paulo: pioneira, 2003.

### **Bibliografia complementar:**

PAVANI, Cláudia. Plano de negócios: planejando o sucesso de seu empreendimento. Rio de Janeiro: Minion, 2000

ROCHA, Vanderlei Aragão. Pequenos negócios inteligentes: ideias e tendências. Porto Alegre: AGE, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo : Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Manole ,

2012

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.

BIRLEY, Sue. Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo: Person education, 2001.

## **REDES SOCIAIS**

### **Ementa**

Redes Sociais apresenta as melhores práticas do mercado e preparar profissionais e futuros profissionais, que terão contato direto ou indireto com essas ferramentas e também com agências de publicidade, para melhor compreensão do funcionamento do mercado, de acordo com a sua necessidade.

### **Competências e Habilidades**

Compreender e aplicar os mecanismos das mídias sociais

### **Conteúdo Programático**

Fundamentos das mídias sociais; - O cenário da comunicação digital no Brasil e no mundo; - O profissional de mídias sociais; - Entendendo o novo consumidor digital e seu comportamento; - Categorizando usuários e consumidores nas redes sociais; - O relacionamento entre empresas e consumidor por meio das mídias sociais; - Desafios e oportunidades para as empresas e organizações; - Quais as principais mídias sociais e quando a empresa deve estar presente; - O que são mídias de nicho.

### **Bibliografia Básica**

COBRA, Marcos. Marketing Básico. São Paulo: Atlas, 1997, 2007.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

PARENTE, Juracy . Varejo no Brasil: Gestão e estratégia. São Paulo: Atlas, 2014.

### **Bibliografia Complementar**

COBRA, Marcos; RIBEIRO, Áurea. Marketing Magia e Sedução. São Paulo: Cobra, 2000. HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. Administração Estratégica: competitividade e globalização. São Paulo: Cengage Learning, 2001, 2003, 2008

ROCHA, Ângela; et al. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 2012.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. Marketing Fácil. São Paulo: Saraiva, 2012.

ROSEN, Emanuel. Marketing boca a boca: como fazer com que os clientes falem de sua empresa, seus produtos e serviços. São Paulo: Futura, 2001

## **PROJETO INTEGRADOR – EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

### **Ementa**

Integrar, por meio de uma atividade de projeto contextualizado, os conhecimentos desenvolvidos nas unidades curriculares do módulo. Desenvolver habilidades de trabalho em grupo, comunicação oral e escrita, resolução de problemas, pensamento crítico, pensamento criativo, metodologia de desenvolvimento de projetos visando ao desenvolvimento das competências adquiridas no módulo do curso por meio de aplicação em projetos de pesquisa, estudo de caso, elaboração de planos de intervenção.

### **Competências e Habilidades**

Desenvolver habilidades de trabalho em grupo; Exercitar e aprimorar a comunicação oral e escrita; Compreender e exercitar processo de resolução de problemas; Desenvolver o processo de pensamento crítico; Compreender e aplicar metodologia de desenvolvimento de projeto; Compreender e aplicar metodologia de estudo de caso ou elaboração de um plano de intervenção ou de pesquisa.

### **Conteúdo Programático**

1 Conhecer modelos de elaboração de projetos Conceitos gerais, diferentes modelos de projetos. 2 Elaborar projetos Definição da problemática, justificativas, objetivos e hipótese, bases teóricas fundamentais, metodologia, cronograma, custo, orçamentos, materiais e pessoal, resultados esperados. 3 Acompanhar as etapas de execução do projeto Executar e acompanhar todas as etapas do projeto, buscando eventuais falhas. 4 Finalizar um projeto 5 Redigir e avaliar os resultados finais do projeto.

### **Bibliografia Básica**

SHIGUNOV NETO, Alexandre; CAMPOS, Letícia M. F. Manual de Gestão da Qualidade aplicado aos cursos de graduação. São Paulo: Fundo Cultural, 2006.

FIGUEIREDO, Kleber Fossati (Org.). Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento do fluxo de produtos e dos recursos. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Petrônio G.; LAUGENI, Fernando P. Administração da Produção. São Paulo: Saraiva, 2005, 2010.

### **Bibliografia Complementar**

SADY, João José. Direito do meio ambiente de trabalho. São Paulo: LTR, 2000.

ROSSIT, Liliana Allodi. O meio ambiente de trabalho no direito ambiental brasileiro. São Paulo: LTr. 2001.

GONÇALVES, Edwar Abreu. Manual de segurança e saúde no trabalho. São Paulo: LTR, 2000.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Qualidade de vida no trabalho: conceitos e práticas da sociedade pós-industrial. São Paulo: Atlas, 2004.

BERNARDI, Maria Amália. A melhor empresa: como as empresas de sucesso atraem e mantêm os que fazem a diferença. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

OLIVEIRA Otávio J. Gestão da Qualidade: tópicos avançados. São Paulo: Pioneira, 2006.

**EIXO HUMANIDADES****INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NAS ORGANIZAÇÕES****Ementa**

A disciplina tem por objetivo o estudo sobre a importância da inteligência emocional nas organizações e suas relações com produtividade pessoal no ambiente de trabalho; objetiva também o desenvolvimento da inteligência emocional como etapa da carreira profissional do aluno.

**Competências e Habilidades**

Reconhecer na inteligência pessoal um dos aspectos decisivos para a atuação profissional e melhora da produtividade pessoal.

Compreender a importância dos recursos e técnicas da psicologia e psicanálise para o desenvolvimento adequado da inteligência emocional.

Desenvolver o trabalho colaborativo no mindset profissional.

Elaborar planos de ação que integrem as inteligências, racional, emocional e social, visando a melhoria nos resultados organizacionais.

Reconhecer no emocional das pessoas um fator construtivo para a criatividade individual e conjunta.

Analisar o cenário organizacional e desenvolver técnicas de trabalho que atuem de forma positiva em ambientes onde reina o stress em excesso, devido à competição interna e externa ou como estilo da organização.

**Conteúdo Programático**

1. Introdução conceitual
  - 1.1. Inteligência.
  - 1.2. Personalidade.
  - 1.3. Emoção.
2. Individualidade
  - 2.1. Atitude.
  - 2.2. Motivação.
  - 2.3. Engajamento.
3. A mente humana
  - 3.1. Influenciadores.
  - 3.2. Transformação.
4. Dominação e Submissão
  - 4.1. As formas legítimas de dominação legítima.
5. Inteligência Emocional
  - 5.1. Trabalhando com inteligência emocional nas organizações.
  - 5.2. Relação entre inteligência emocional e liderança nas organizações.
  - 5.3. Dinâmica e comportamento organizacional.

**Bibliografia Básica**

- WAGNER III, John A. Comportamento Organizacional: criando vantagem competitiva. São Paulo: Saraiva, 2012.
- GOLEMAN, Daniel. O poder da inteligência emocional. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.
- SOTO, Eduardo. Comportamento organizacional: o impacto das emoções. São Paulo: Pioneira, 2008.

**Bibliografia Complementar**

- SPECTOR, Paul E. Psicologia nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.
- GOLEMAN, Daniel. Inteligência emocional: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.
- FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Comportamento Organizacional: Conceitos e Práticas. São Paulo: Saraiva,

2006.

CHANLAT, Jean-François. Gestão Empresarial: uma perspectiva antropológica. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SILVA, Mateus Oliveira. Gestão de pessoas através do sistema de competências. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.



## **EIXO HUMANIDADES**

### **COMUNICAÇÃO E NEGOCIAÇÃO**

#### **Ementa**

A disciplina tem por objetivo o estudo sobre a importância da inteligência emocional nas organizações e suas relações com produtividade pessoal no do ambiente de trabalho.

#### **Competências e Habilidades**

Reconhecer na inteligência pessoal um dos aspectos decisivos para a atuação profissional e melhora da produtividade pessoal.

Compreender a importância dos recursos e técnicas da psicologia e psicanálise para o desenvolvimento adequado da inteligência emocional.

Desenvolver o trabalho colaborativo no mindset profissional.

Elaborar planos de ação que integrem as inteligências, racional, emocional e social, visando a melhoria nos resultados organizacionais.

Reconhecer no emocional das pessoas um fator construtivo para a criatividade individual e conjunta.

Analisar o cenário organizacional e desenvolver técnicas de trabalho que atuem de forma positiva em ambientes onde reina o stress em excesso, devido à competição interna e externa ou como estilo da organização

#### **Conteúdo Programático**

1. Introdução conceitual. Comunicação. . Negociação.
2. Comunicação. Agentes. Ferramentas. Funções. Interferências
3. Negociação eficaz. Fases da negociação. Tipos de Negociação. Negociação estratégica e suas regras.
4. Interferências na Negociação. Percepção. Cognição. Emoção. Poder. Relacionamentos.
5. Decisão Ética.

#### **Bibliografia Básica**

ATARK, Peter B. Aprenda a negociar: O manual de táticas ganha/ganha. São Paulo: Littera Mundi, 1999.

KOZICKI, Stephen. Negociação criativa: conselhos e técnicas para obter o melhor resultado em negociações. São Paulo: Atlas, 1999.

ROBBINS, Stephen Paul. Comportamento organizacional. São Paulo: Prentice hall, 2009.

#### **Bibliografia Complementar**

RODRIGUES, Francisco F. de. et. al. Negociação para a trabalho em equipe. Rio de Janeiro: Senac, 1997.

WELCH, Jack. Paixão por vencer. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

FISHER, Roger. et. al. Como chegar ao sim: negociação de acordos sem concessões. Rio de Janeiro: Imago, 1994.

ALBRECHT, Karl, ALBRECHT, Steve. Agregando valor à negociação. São Paulo: Makron Books, 1995.

MACÊDO, Ivanildo Izaías de. Aspectos comportamentais da gestão de pessoas. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

## **EIXO HUMANIDADES**

### **CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO**

#### **Ementa**

A disciplina tem por objetivo o estudo dos conceitos de Criatividade e Inovação, suas relações com o mercado de trabalho e o desenvolvimento dos processos de criatividade e inovação em cenários de rápidas transformações em serviços, produtos, tecnologias e modos de trabalho.

#### **Competências e Habilidades**

Reconhecer ideias inteligentes e criativas para a resolução de problemas ligados à sua atuação profissional. Compreender a importância dos processos criativos e de inovação para a construção de um profissional autônomo e flexível às mudanças do mercado de trabalho.

Desenvolver o pensamento analítico e a capacidade de síntese e percebê-los como etapas dos processos de Criatividade e Inovação.

Aplicar diferentes metodologias de debate e produção de ideias inovadoras e criativas para o ambiente de atuação profissional.

Analisar o cenário profissional em que está inserido e avaliar a necessidade de construção de novos processos corporativos.

Articular ideias sem inibição.

Reconhecer a importância dos processos de criação e inovação para o desenvolvimento profissional e adequação da carreira às transformações do mercado.

Elaborar propostas criativas e inovadoras para a resolução de problemas no ambiente de trabalho.

Relacionar o processo de criatividade ao de inovação.

#### **Conteúdo Programático**

1. Introdução conceitual, Criação. Criatividade. Inovação. 2. Criatividade e Inovação no Contexto Organizacional. Inter-relações entre os conceitos. Criatividade, Inovação e Contexto do Trabalho. 3. Fatores facilitadores e inibidores da criatividade. Estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho. Fatores facilitadores do processo de inovação no contexto do trabalho. Fatores inibidores do processo de inovação no contexto do trabalho. 4. Estágios do processo criativo. Propostas de modelos. Modelo de Wallas. Modelo de Cropley. Modelo de Alexandre Hiam 5. Ferramentas e Métodos de geração de ideias. Brainstorming. Lista de atributos. Scamper. Mapa Mental (Mind). Matriz Morfológica. Sinética. Nove janelas. Método 365. Design Thinking.

#### **Bibliografia Básica**

JAMES, Jennifer. Pensando o futuro: as melhores técnicas de liderança para uma nova era. São Paulo: Futura, 1998.

KAMINSKI, Paulo Carlos. Desenvolvendo produtos com planejamento, criatividade e qualidade. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

MAÑAS, Antonio Vico, Gestão de tecnologia e inovação. São Paulo: Érica, 2003.

PREDEBON, José, ZOGBI, Edson. Inovação no varejo: o que faz o lojista criativo. São Paulo: Atlas, 2005.

TERRA, José Cláudio Cyrineu. Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial. São Paulo: Negócio, 2001.

VON Khogh, Georg, et. al. Facilitando a criação de conhecimento: reinventando a empresa com o poder da inovação contínua. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

#### **Bibliografia Complementar**

TERRA, José Cláudio Cyrineu. Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial. São Paulo: Negócio, 2001./VON Khogh, Georg, et. al. Facilitando a criação de conhecimento: reinventando a empresa com o poder da inovação contínua. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

COLOSSI, L. Características de Ambientes Organizacionais Orientados ao Comportamento Criativo. 2004. 187f. Dissertação (Mestrado em Psicologia), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em:  
<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/87706/207025.pdf?sequence=1&isAllowed=y>;  
NONAKA, Ikujiro, TAKEUCHI, Hirotaka. Criação do conhecimento na empresa: como as empresas Japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.  
REIMAN, Joey. Ideias: como usá-las para renovar seus negócios, sua carreira e sua vida. São Paulo: Futura, 2004./RODRIGUEZ, Matuis Vicente Rodriguez y Rodriguez (Org.). Gestão do conhecimento e inovação nas empresas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.  
STAREC, Cláudio (Org.). Gestão da Informação, inovação e inteligência competitiva: Como transformar a informação em vantagem competitiva nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2012.  
TAPSCOTT, Don. Wikinomis , Como a colaboração em massa pode mudar os eu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

## **EIXO HUMANIDADES**

### **FLEXIBILIDADE COGNITIVA E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS COMPLEXOS**

#### **Ementa**

A disciplina tem por objetivo o levar o aluno desenvolver uma maior flexibilidade cognitiva permitindo ao aluno a mudança de estratégias e a alteração de cenários mentais conforme a necessidade. Objetiva também à criação de planos de ação participativos que possibilitem uma abordagem sistêmica dos processos de Organizações e a influenciá-las através da construção de cenários que prevejam situações futuras e permitam intervenções assertivas.

#### **Competências e Habilidades**

Entender a importância da construção da estratégia para a organização.

Identificar as causas de situações problemas do processo de produção das organizações. Desenvolver a habilidade de alternar cenários mentais diante de obstáculos.

Criar estratégias mentais para o planejamento de ações.

Reconhecer na abordagem sistêmica dos processos organizacionais um dos aspectos decisivos para a atuação profissional.

Compreender a importância do trabalho colaborativo para a descoberta de caminhos inovadores dentro dos processos organizacionais.

Desenvolver a competência da empatia.

Elaborar histórias, cenários futuros que permitam o entendimento do lugar da Organização no mercado.

Analisar o cenário organizacional futuro.

Criar elementos para tomadas de decisões a respeito dos caminhos que serão tomados pela **Organização**.

#### **Conteúdo Programático**

##### **1 Introdução conceitual**

###### **1.1. Cognição.**

###### **1.2. Pensamento Complexo.**

###### **1.3. Problema.**

##### **2. Flexibilidade Cognitiva.**

###### **2.1. Socialização.**

###### **2.2. Desenvolvimento de novas perspectivas.**

###### **2.3. Fato Social, Ação Social e Formação da Consciência.**

###### **2.4. Teorias sobre a construção das verdades.**

##### **3. Aprimorando o pensamento**

###### **3.1. Maximização da Aprendizagem.**

###### **3.2. Pensamento Complexo.**

###### **3.3. Liderança e Sustentabilidade nas organizações.**

##### **4. Pensando no Futuro**

###### **4.1. Planejando o futuro através de cenários hipotéticos.**

###### **4.2. Fases da construção de cenários transformadores.**

###### **4.3. Importância da construção colaborativa.**

###### **4.4. Disciplina no estudo sobre a realidade da empresa.**

###### **4.5. Construindo cenários.**

##### **5. Estudo de Caso.**

#### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999,2004,2007.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais

normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.

COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

### **Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. RJ: Nova fronteira, 1999, 2007.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. SP Ática, 1999, 2004, 2006.

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. SP: Martins Fontes, 1998.

KATO, Mary. O aprendizado da leitura. SP: Martins Fontes, 1995.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. SP Ática, 2006

## **EIXO HUMANIDADES**

### **JULGAMENTO E TOMADA DE DECISÕES**

#### **Ementa**

A disciplina tem por objetivo o estudo sobre diferentes formas e metodologias para a tomada de decisões nas organizações, discutir o autoconhecimento e o seu papel no processo de julgamento sobre dados e situações do ambiente corporativo.

#### **Competências e Habilidades**

Reconhecer na tomada de decisões um dos aspectos primordiais para a atuação profissional e melhora da produtividade pessoal.

Conhecer diferentes formas e métodos de análise para a tomada de decisão.

Desenvolver a percepção estratégica a respeito dos problemas a serem resolvidos, bem como das ferramentas a serem utilizadas para a obtenção do resultado mais inteligente e satisfatório.

Reconhecer os fatores que influenciam o processo de tomada de decisão.

Analisar de maneira lógica e analítica o cenário organizacional.

Desenvolver responsabilidade e autonomia para tomar decisões assertivas em tempo hábil baseando-se nos conceitos de eficácia, eficiência e efetividade;

#### **Conteúdo Programático**

1. Introdução conceitual
  - 1.1. Problema.
  - 1.2. Decisão.
2. O ambiente empresarial
  - 2.1. Ambiente externo e suas influências
  - 2.2. Ambiente interno das organizações.
  - 2.3. Sistema e subsistemas da empresa.
3. O processo de tomada de decisões.
  - 3.1. Análise das alternativas.
  - 3.2. Decisão descritiva e prescritiva.
  - 3.3. Custo benefício da tomada de decisão.
    - 3.3.1. Conflitos, complexidade e incerteza.
  - 3.4. Monitoramento e avaliação.
4. Decisão Estratégica.

#### **Bibliografia Básica**

FOMM, Marcus Manoel. Simulação empresarial: um enfoque voltado para o processo de tomada de decisões. Rio de Janeiro: Universidade, 2004.

HITT, Michael A. Administração estratégica. São Paulo: Thomson, 2001, 2008.

ANSOFF, H. Igor. A nova estratégia empresarial. São Paulo: Atlas, 1991.

#### **Bibliografia Complementar**

PEREIRA, Giancarlo S. R. Gestão estratégica: revelando alta performance às empresas. São Paulo: Saraiva, 2005.

ASSARRO, Antônio Carlos. Sistemas de informações para tomada de decisões. São Paulo: Pioneira, 1999.

LACHTERMARCHER, Gerson. Pesquisa Operacional na tomada de decisões. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

CHOO, ChunWei. A organização do conhecimento: Como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Senac, 2003.

SOUZA, Luiz Carlos de. Controladoria aplicada aos pequenos negócios. Curitiba: Juriá, 2012

## **EIXO HUMANIDADES**

### **PLANEJAMENTO DA CARREIRA E GESTÃO DE PESSOAS**

#### **Ementa**

A disciplina tem por objetivo sedimentar as relações entre os discentes e a formação acadêmica e possibilitar, dessa forma, um adequado planejamento de carreira através do estudo e desenvolvimento de habilidades ligadas à empregabilidade. Objetiva também a formação de alunos com um olhar empreendedor e com competências para transitar por diferentes esferas das empresas e integrar pessoas à cultura organizacional.

#### **Competências e Habilidades**

Reconhecer na vida acadêmica o momento crucial para o desenvolvimento da carreira profissional.  
Compreender a importância da comunicação e da formação de um networking como elementos decisivos no mercado de trabalho.  
Desenvolver um currículo assertivo.  
Elaborar planos de carreira com sustentabilidade financeira.  
Reconhecer no emocional e nos trabalhos em equipe elementos fundamentais para o sucesso na carreira.  
Visualizar a si mesmo como uma empresa.  
Planejar financeiramente a construção da carreira.  
Conhecer as fases do processo de Gestão de Pessoas.

#### **Conteúdo Programático**

- O mundo corporativo e o atual mercado de trabalho
- 1.1. Competências necessárias para o profissional do século XXI.
  - 1.2. Como montar um currículo.
  - 1.3. O marketing pessoal.
  2. Empregabilidade
    - 2.1. Relação entre comunicação e sucesso na carreira.
    - 2.2. A importância do networking.
    - 2.3. Trabalho, emprego e empreendedorismo.
  - 2.3. Empresa Você/S&A.
  3. Estratégias para o desenvolvimento organizacional e individual.
    - 3.1. O impacto das emoções.
    - 3.2. Trabalho em equipe.
    - 3.3. Fases da Gestão de Pessoas.
      - 3.3.1. Agregar, Desenvolver, Recompensar, Monitorar.
    - 3.4. O ambiente de trabalho em 2020.
  4. Projeto de vida, plano de carreira e planejamento financeiro

#### **Bibliografia Básica**

MAXIMINIANO, Antônio César Amaru. Recursos Humanos: Estratégia e Gestão de Pessoas na Sociedade Global. Rio de Janeiro: LTC, 2014  
BITENCOURT, Claudia. Gestão contemporânea de pessoas. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010.  
CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas : o novo papel dos recursos humanos nas organizações, Barueri, SP : Manole, 2005, 2014

#### **Bibliografia Complementar**

SILVA, Mateus Oliveira. Gestão de pessoas através do sistema de competências. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.  
WAGNER III, J. A. Comportamento Organizacional. São Paulo: Saraiva, 2004.

FARAH, Flávio. Ética na gestão de pessoas: uma visão prática. São Paulo: EI, 2004.

VELOSO, Elza. Produtividade e ambiente de trabalho: gestão de pessoas e carreiras. São Paulo: Senac, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de Pessoas. São Paulo: Atlas, 2006.



## **EIXO HUMANIDADES**

### **ÉTICA E CIDADANIA**

#### **Ementa**

A disciplina tem por objetivo descrever a Ética, moral e condição humana contemporânea no mundo do trabalho, as relações étnico-raciais do homem e a busca por uma cidadania ampla.

#### **Competências e Habilidades**

Definir Ética, moral e condição humana; Diferenciar ética de moral; Reconhecer a importância da cidadania no mundo do trabalho; Analisar as relações étnico-raciais;

#### **Conteúdo Programático**

- 1. Ética, Moral e Condição Humana
- Ética e moral: dois pilares da ação humana ante os dilemas da vida
- As situações-limite e a ética da responsabilidade
- A moral em crise e a revalorização da ética
- Autonomia moral: nascemos com ela ou a desenvolvemos?
- 2. Ética e Cidadania no mundo do trabalho
- Ética profissional e ética da responsabilidade
- Em busca do conceito de cidadania
- Mundo do trabalho e cidadania organizacional
- 3. O Trabalho, o Trabalhador e as Organizações no Mundo Contemporâneo
- Globalização: a nova face do mundo contemporâneo
- A nova ética das empresas e o terceiro setor em debate
- Trabalho e trabalhador no mundo globalizado. O perfil profissional e as competências
- 4. O Futuro da Ética e da Cidadania numa sociedade cheia de contradições. Realidade e Utopia
- Utopia e Ética – Um pouco de teoria
- A “Constituição Cidadã” – um grande passo para reformas no sistema capitalista brasileiro
- A dura realidade do trabalho e do trabalhador
- Novas perspectivas para o trabalho
- O futuro das crianças e dos adolescentes em situação de violência e de extrema pobreza. Um desafio à ética e à cidadania
- O imigrante. A cidadania negada
- Em busca da convivência na cidade
- 5. Relações Étnico-Raciais
- Introdução
- Relações Étnico-Raciais
- Afrodescendência

#### **Bibliografia Básica**

DRUCKER, PETER F. INOVAÇÃO E ESPÍRITO EMPREENDEDOR (ENTREPRENEURSHIP). SÃO PAULO: PIONEIRA, 2003.

VALLS, Álvaro L.M. O que é ética. São Paulo: Brasiliense, 2013.

SÁ, Antônio Lopes de. Ética profissional. São Paulo: Atlas, 2014.

#### **Bibliografia Complementar:**

PEGORARO, Olinto A. Ética é justiça. Rio de Janeiro: Vozes, 1995/2000.

SOUZA, Herbert de. Ética e Cidadania. São Paulo: Moderna, 2005.

MARCUSE, Herbert. Cultura e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

QUEIROZ, Adele et al. Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2005.

RODRIGUES, Rosiane. "Nós" do Brasil : Estudos da relação etnico – raciais. São Paulo: Moderna, 2012.

**EIXO HUMANIDADES****FILOSOFIA, SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA****Ementa**

A disciplina objetiva o desenvolvimento de uma formação básica e introdutória sobre o Pensamento Filosófico, o olhar Sociológico e a Antropologia Social, estabelecendo perspectivas para o aprofundamento de certos instrumentos conceituais, teóricos e metodológicos pertinentes à reflexão dessas áreas.

**Competências e Habilidades**

Definir Ética, moral e condição humana;  
Diferenciar ética de moral;  
Reconhecer a importância da cidadania no mundo do trabalho;  
Analisar as relações étnico-raciais;

**Conteúdo Programático**

- 1. O que é filosofia?
- Problemas filosóficos
- Responsabilidade moral
- Conhecimento e certeza
- Teorias da verdade
- 2. Sociologia: Introdução: o homem e a sociedade.
- Ação e interação.
- Relações e instituições.
- Processos e estruturas.
- Razão e história.
- A imaginação sociológica.
- 3. A antropologia como saber acadêmico.
- Formação de uma literatura sobre a diversidade cultural. Evolucionismo
- Social e as noções de evolução, raça e progresso.
- As críticas ao evolucionismo.
- Introdução ao método etnográfico.

**Bibliografia Básica**

RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Schawarcz, 2013.  
BOAS, Franz. Antropologia cultural. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.  
MORIN, Edgar. A religião dos saberes: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

**Bibliografia Complementar.**

DUMAZEDIER, Joffre. Lazer e cultura popular. São Paulo: Perspectiva, 2012.  
MOREIRA, Antonio Flávio. Currículo, cultura e sociedade. São Paulo: Cortez, 2011.  
DUMAZEDIER, Joffre. Lazer e cultura popular. São Paulo: Perspectiva, 2008.  
ROCHA, Gilmar. Antropologia e Educação. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.  
MARCONI, Maria de Andrade. Antropologia: Uma introdução. São Paulo: Atlas, 2013.

## **EIXO HUMANIDADES**

### **EDUCAÇÃO AMBIENTAL**

#### **Ementa**

A evolução da sociedade e o meio ambiente. Legislação Ambiental Brasileira. Sistemas de Gestão Ambiental. Sustentabilidade ambiental, social e econômica.

#### **Competências e Habilidades**

Recordar a importância de relacionar questões ambientais no planejamento das empresas; Compreender as principais leis ambientais e seus efeitos na gestão das empresas, e a importância de Estudos de Impacto Ambiental (EIA) e Relatórios de Impactos Ambientais (RIMA) para o licenciamento de atividades poluidoras.

Aplicar os valores de conservação dos recursos ambientais, proporcionando maior capacidade de discutir, estimular e influenciar a implementação de Sistemas de Gestão Ambiental baseados na norma ABNT NBR ISO 14001;

Analisar a manutenção da qualidade ambiental nas empresas como estratégia sustentável na atual dinâmica do mercado, utilizando processos eco eficientes e socialmente responsáveis;

Avaliar o processo de adaptação das empresas aos valores de preservação do meio ambiente;

Criar projetos direcionando-os com propósitos ambientais para que as empresas possam adequar sua estrutura voltando suas atividades para ações mais sustentáveis com o uso consciente dos recursos naturais.

#### **Conteúdo Programático**

1. A evolução da sociedade e o meio ambiente
  - 1.1. A evolução das sociedades humanas: a interação do homem e a natureza
  - 1.2. Meio ambiente natural e ambiente social
  - 1.3. Recursos naturais renováveis e não renováveis
2. Legislação Ambiental Brasileira
  - 1.1. Sistema Jurídico Ambiental Brasileiro: principais leis ambientais
  - 1.2. Principais regulamentações ambientais
  - 1.3. Licenciamento ambiental
3. Sistema de Gestão Ambiental
  - 1.1. Estrutura organizacional das normas da série ISO 14000
  - 1.2. Visão sistêmica da ABNT NBR ISO 14001- Sistema de Gestão Ambiental: requisitos
  - 1.3. Gerenciamento de aspectos ambientais
4. Sustentabilidade ambiental, social e econômica
  - 1.1. A carta da Terra
  - 1.2. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
  - 1.3. Agenda 21 e os desafios do século XXI

#### **Bibliografia Básica**

ABNT. ABNT NBR ISO 14001. Sistema de Gestão Ambiental – requisitos. Rio de Janeiro: ABNT- (disponível on line).

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de. TACHIZAWA, Takeshy. CARVALHO, Ana Berreiros de. Gestão

ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. São Paulo: Pearson Makron Books, 2006.

BARBOSA FILHO, Antônio Nunes. Segurança do trabalho e gestão ambiental. São Paulo: Atlas, 2011.

BRAGA, B, HESPANOL I, CONEJO JGL et al. Introdução à engenharia ambiental: o desafio do desenvolvimento sustentável. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

CUNHA, Sandra Baptista da. GUERRA, Antonio Jose Teixeira. A Questão Ambiental: diferentes abordagens. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

### **Bibliografia Complementar**

BRAGA, Célia (org). Contabilidade ambiental: ferramenta para a gestão da sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2013.

CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. ISO 14001: manual de implantação. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

OLIVEIRA, Otávio J. Gestão da Qualidade: tópicos avançados. São Paulo: Pioneira, 2006.

ABNT. ABNT NBR ISO 45001. Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho – requisitos. Rio de Janeiro: ABNT – disponível on line

PALADINI, Edson Pacheco. Gestão da Qualidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2004.

ROBLES JUNIOR, Antônio. Custos da qualidade: aspectos econômicos da gestão da qualidade e da gestão ambiental. São Paulo: Atlas, 2003.

## **EIXO HUMANIDADES**

### **PENSAMENTO POLÍTICO**

#### **Ementa**

Conhecimento, participação e opinião na democracia ateniense. Maquiavel e o nascimento do pensamento político moderno. As concepções contratualistas do Direito Natural e a imprensa. Cidadão, governo e sociedade nas doutrinas liberais. O marxismo: História, alienação e revolução. O anarquismo e a revolta do cidadão. A socialdemocracia, a "nova esquerda" e os direitos do cidadão. Mundialização e particularismos no final do século XX.

#### **Competências e Habilidades**

Compreensão do papel político do ser humano.

Compreensão do contexto político que fomentou os momentos mais decisivos da construção política humana..

Entendimento sobre o discurso político em diferentes épocas.

Conhecimento sobre as bases formadoras das discussões políticas contemporâneas;

#### **Conteúdo Programático**

1. Conhecimento, participação e opinião na democracia ateniense.
2. Maquiavel e o nascimento do pensamento político moderno.
3. As concepções contratualistas do Direito Natural e a imprensa.
4. Cidadão, governo e sociedade nas doutrinas liberais.
5. O marxismo: História, alienação e revolução.
6. A socialdemocracia, a "nova esquerda" e os direitos do cidadão.
7. Mundialização e particularismos no final do século XX.

#### **Bibliografia Básica**

BOBBIO, Norberto. Estado, governo, sociedade: para uma teoria geral da política. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

BOBBIO, Norberto. Liberalismo e Democracia. São Paulo, Brasiliense, 1994.

SCHEIBE, Leda et. AL. Formação de professores: políticas e debates. Campinas: Papirus, 2013.

#### **Bibliografia Complementar**

CHEVALLIER, Jean-Jacques. As Grandes Obras Políticas: de Maquiavel aos Nossos Dias, Rio de Janeiro, Agir, 1999.

MARTINS, Paulo Emílio Matos (Org.) Estado e gestão pública: visões do Brasil contemporâneo. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

WEFFORT, Francisco C. Formação do pensamento político brasileiro: ideias e personagens. São Paulo: Ática, 2006.

KRAUSE, Silvana (Org.) Partidos e coligações eleitorais no Brasil. São Paulo: UNESP, 2005.

DAGNINO, Evelina (Org.). Os anos 90: política e sociedade no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 2004.

AVELAR, Lúcia (Org.). Sistema político brasileiro: uma introdução. São Paulo: Unesp, 2007.

CAPPELLETTI, Isabel Franchi (Org.). Avaliação de políticas e práticas educacionais. São Paulo: Articulação universidade/escola, 2002.

## **EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA**

### **FONÉTICA E FONOLOGIA**

#### **Ementa**

Estuda a construção sonora das palavras, nosso aparelho fonador e os sons que produzimos. Esta disciplina traz conceitos básicos sobre fonologia, processos fonológicos, formação de fonemas, entonação e transcrição fonética de variações de um mesmo idioma.

#### **Competências e Habilidades**

Reconhecer língua como um sistema de signos utilizados por uma mesma comunidade e fala como o uso que cada pessoa faz da língua.

Compreender e aplicar as regras de acentuação

Compreender e aplicar as regras de separação silábica

#### **Conteúdo Programático**

Como a Linguística estuda os sons da fala?;

Distinguindo os sons da fala: consoantes;

Distinguindo os sons da fala: vogais;

Uma notação para os sons da fala;

Prosódia;

Análise acústica dos sons da fala;

Caracterização acústica dos sons da fala;

Estudo dos sons com função comunicativa: fonologia;

Identificando os fonemas de uma língua;

Fonemas do Português brasileiro: consoantes;

Fonemas do Português brasileiro: vogais;

O texto descritivo.

#### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999, 2004, 2007.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.

COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

#### **Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1999, 2007.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1999, 2004, 2006.

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

KATO, Mary. O aprendizado da leitura. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.



## **EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA**

### **ORTOGRAFIA**

#### **Ementa**

Estudar a grafia correta das palavras. Conhecer e exercitar as principais modificações ocorridas com o Novo Acordo Ortográfico.

#### **Competências e Habilidades**

Revisar e exercitar a grafia das palavras que comumente as pessoas escrevem erroneamente.

#### **Conteúdo Programático**

Objetivos e argumentos a favor do novo acordo  
As Transformações da Língua  
Mudanças no Alfabeto  
Uso e Eliminação do Trema  
Mudanças nas Regras de Acentuação  
Uso do Hífen  
Uso do "h"  
Utilização de Letras Maiúsculas e Minúsculas  
ABL e as Mudanças Finais na Nova Reforma Ortográfica  
Confusões entre gramáticos e dicionários  
Exercícios de grafia

#### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999, 2004, 2007.  
MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.  
COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

#### **Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1999, 2007  
SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1999, 2004, 2006  
VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998  
KATO, Mary. O aprendizado da leitura. São Paulo: Martins Fontes, 1995.  
SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.

## **EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA**

### **MORFOLOGIA**

#### **Ementa**

Compreende o estudo da estrutura, formação e classificação das palavras.

Um dos objetivos desta disciplina é identificar semelhanças e diferenças da morfossintaxe do português em relação a outros idiomas.

#### **Competências e Habilidades**

Revisar os conceitos de: substantivo, verbo, adjetivo, advérbio, pronome, artigo e interjeições para aprimoramento da compreensão e produção de textos.

#### **Conteúdo Programático**

Introdução à morfologia – Classes de palavras

Português – Classes de palavras

Substantivos

Plural de substantivos compostos

Substantivos – Flexão de Grau

#### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999, 2004, 2007.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.

COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

#### **Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1999, 2007

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1999, 2004, 2006

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998

KATO, Mary. O aprendizado da leitura. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.

## **EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA**

### **SINTAXE**

#### **Ementa**

Compreende o estudo da colocação e função das palavras dentro de uma frase e o papel que exercem na construção de frases.

#### **Competências e Habilidades**

Conhecer e/ ou reconhecer a língua, as variações linguísticas e as linguagens para a compreensão e utilização adequada das diversas formas de comunicação verbal e não-verbal dos diferentes gêneros discursivos das esferas acadêmica e profissional.

#### **Conteúdo Programático**

Palavra no Texto

Vocabulário e contexto

Campos semânticos e campos léxicos

Mecanismos de compreensão do texto referencial

Intertextualidade e polifonia no texto referencial

#### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999,2004,2007.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.

COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

#### **Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1999, 2007.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1999, 2004, 2006.

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

KATO, Mary. O aprendizado da leitura. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.

## **EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA**

### **PONTUAÇÃO**

#### **Ementa**

Compreender o uso correto da pontuação para passar para o texto todas as idéias e emoções que seriam transmitidas na linguagem oral por meio da entonação. Um texto sem pontuação pode tornar-se ininteligível, e uma pontuação mal feita pode deturpar seu sentido.

#### **Competências e Habilidades**

Entender como e quando usar a vírgula, o ponto-e-vírgula, o ponto final, os dois pontos, os pontos de interrogação e exclamação, as reticências, os parênteses e colchetes, as aspas, o travessão, o asterisco e o sinal de parágrafo, de forma a dar mais vida e significado aos seus textos.

#### **Conteúdo Programático**

Uso da vírgula  
Uso do Ponto-e-vírgula  
Uso do Ponto Final  
Uso dos dois pontos  
Uso dos pontos de interrogação e exclamação  
uso das reticências  
Uso dos parênteses e colchetes  
uso das aspas  
Uso do travessão  
uso do asterisco

#### **Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999,2004,2007.  
MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.  
COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

#### **Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1999, 2007  
SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1999, 2004, 2006  
VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998.  
KATO, Mary. O aprendizado da leitura. São Paulo: Martins Fontes, 1995. SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA****SEMÂNTICA****Ementa**

Explica o significado das palavras ou expressões em um determinado contexto. Também estuda e analisa as mudanças que ocorrem no sentido das formas linguísticas devido a fatores como o tempo ou o espaço geográfico.

**Competências e Habilidades**

Compreender o significado das palavras ou expressões em contextos diversos.  
Identificar as mudanças de sentido das formas linguísticas

**Conteúdo Programático**

Significado e Sentido

Sinônimos

Antônimos

Homônimos: Homógrafos e perfeitos

Polissemia

Paronímia

Conotação e Denotação

**Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999,2004,2007.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.

COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

**Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1999, 2007

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1999, 2004, 2006

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

KATO, Mary. O aprendizado da leitura. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA****ESTILÍSTICA****Ementa**

Reconhecer algumas Funções da Linguagem e de algumas Figuras de Estilo para ampliar a capacidade de compreensão e produção de textos

**Competências e Habilidades**

Reconhecer algumas Funções da Linguagem e de algumas Figuras de Estilo para ampliar a capacidade de compreensão e produção de textos

**Conteúdo Programático**

O circuito da comunicação significa que: em um CONTEXTO, o EMISSOR elabora uma MENSAGEM, através de um CÓDIGO, veiculada por um CANAL, para um RECEPTOR.  
Função Referencial ou Denotativa – centrada no contexto  
Função Emotiva ou Expressiva - centrada no emissor  
Função Conativa ou Apelativa – centrada no receptor  
Função Fática – centrada no canal  
Função Metalinguística – centrada no código  
Função Poética ou Estética – centrada na mensagem  
Figuras de estilo ou de linguagem: algumas tipologias  
Tropos ou Figuras de Palavras  
Figuras de Pensamento

**Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999,2004,2007.  
MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.  
COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

**Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1999, 2007.  
SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1999, 2004, 2006 (VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998.  
KATO, Mary. O aprendizado da leitura. São Paulo: Martins Fontes, 1995.  
SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA****TEXTOS: DISSERTATIVO, NARRATIVO E DESCRITIVO****Ementa**

Conhecer os tipos de textos, sua estrutura, objetivo e finalidade para aplicá-los corretamente na produção escrita e contribuir para a eficácia da compreensão dos textos.

**Competências e Habilidades**

Os tipos de textos são classificados de acordo com sua estrutura, objetivo e finalidade.

**Conteúdo Programático**

Texto e Discurso:

Tipos de texto

Contexto discursivo

Textualidade, coesão e coerência

Qualidades e defeitos de um texto

Semântica e interação

Produção Textual:

Recursos gramaticais

Relações sintáticas na produção textual

Estratégias de produção de texto

Prática de elaboração de paráfrase, resumos, esquemas, resenha descritiva e crítica, textos didático-pedagógicos de áreas específicas.

**Bibliografia Básica**

ANDRADE, Maria Margarida; HENRIQUES, Antonio. Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores. São Paulo: Atlas, 1999, 2004, 2007.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.

COVEY, Stephen. Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes. São Paulo: Best Seller, 2001, 2002, 2003.

**Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1999, 2007

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1999, 2004, 2006

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

KATO, Mary. O aprendizado da leitura. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2006.

**EIXO APOIO PEDAGOGICO - LÍNGUA PORTUGUESA****COMPREENSÃO DE TEXTOS****Ementa**

A disciplina objetiva apresentar diferentes estratégias de produção de textos contribuindo para a leitura e compreensão dos diversos textos com os quais o leitor se defronta no seu cotidiano

**Competências e Habilidades**

Propiciar situações que permitam a caracterização de textos a partir de sua funcionalidade.

Desenvolver competências de leitura e produção de textos a partir do estudo de aspectos fundamentais que constituem os diferentes gêneros textuais.

Oportunizar situações para que o aluno possa rever e refletir sobre seu próprio trabalho, exercitando atividades de análise, crítica e reelaboração.

**Conteúdo Programático**

Noções de linguística textual.

Gêneros discursivos e gêneros textuais.

Produção de textos.

Conhecimento de mundo.

Intertextualidade.

Condições de produção.

Intencionalidade.

**Bibliografia Básica**

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004, 2008, 2009.

MARCHIONI, Rubens. Criatividade e redação: o que é, como se faz. São Paulo: Loyola, 2001.

VIANA, Antonio Carlos. Roteiro de redação: lendo e argumentando. São Paulo: Scipione, 2006.

**Bibliografia Complementar**

CUNHA, Celso e CINTRA. Nova gramática do português contemporâneo. 3ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.

GARCIA, Othon M. Comunicação em prosa moderna. 7 ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2007.

SERAFINI, Maria Teresa. Como escrever textos. São Paulo: Globo, 2004.

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

VIEIRA, Alice. O prazer do texto: perspectivas para o ensino de literatura. São Paulo: E. P. U., 2001.



**EIXO APOIO PEDAGÓGICO - LÍNGUA PORTUGUESA****REDAÇÃO OFICIAL****Ementa**

A disciplina objetiva proporcionar a apreensão dos conceitos básicos necessários à compreensão e construção de textos fundamentados à Redação Oficial.

**Competências e Habilidades**

Conhecer os elementos da descrição, da narração e da dissertação;  
Analisar os textos apresentados, identificando o tipo de composição de cada um;  
Saber as estruturas do parágrafo e, principalmente, da dissertação;  
Discutir os textos com os colegas a fim de desenvolver o trabalho em equipe e seu senso crítico;  
Utilizar, no dia a dia de trabalho, as informações várias adquiridas na sala de aula;  
Adquirir um discurso sólido e sequencial, expondo ideias e opiniões de forma clara, concisa, elegante e correta, com coesão e coerência;  
Empregar corretamente os pronomes de tratamentos e os numerais;  
Redigir um texto, utilizando-se das técnicas da Redação Oficial.

**Conteúdo Programático**

Tipos de redação: descrição, narração e dissertação;  
Estrutura da dissertação;  
A redação;  
Estrutura do parágrafo na dissertação;  
Listagem de ideias e delimitação do assunto;  
Pronomes de tratamento e observações importantes sobre numerais;  
A Redação Oficial.

**Bibliografia Básica:**

FELISBINO, Adriana Menezes. Leitura e Produção Textual. São Paulo: Copacabana Books, 2014.  
FIORIN, José Luiz & SAVIOLI, Francisco Platão. Lições de texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 1997.  
\_\_\_\_\_. Para entender o texto: Leitura e redação. 16 ed. São Paulo: Ática, 2002.

**Bibliografia Complementar:**

CEREJA, William Roberto. Gramática: texto, reflexão e uso. São Paulo: Atual, 2012.  
GUIMARÃES, Elisa. A articulação do texto. São Paulo: Ática, 2007.  
FÁVERO, Leonor Lopes. Coesão e coerência textuais. São Paulo: Ática, 2006.  
BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de comunicação escrita. São Paulo: Ática, 1999.  
VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

## **EIXO APOIO PEDAGÓGICO - MATEMÁTICA**

### **ANÁLISE COMBINATÓRIA**

#### **Ementa**

Estudo introdutório da teoria das Probabilidades, com abordagem não formal.

#### **Competências e Habilidades**

Interpretar e resolver problemas de contagem envolvendo o princípio multiplicativo; Identificar diferentes situações apresentadas na mídia ou em outros textos e meios de comunicação para obter inferências;

#### **Conteúdos Programáticos**

1. Introdução
2. Combinações e permutações
  - 2.1 Permutações simples
  - 2.2 Combinações simples
  - 2.3 Permutações circulares
  - 2.4 Permutações de elementos nem todos distintos
  - 2.5 Combinações completas
3. Probabilidade
  - 3.1 Introdução
  - 3.2 Espaço amostral e probabilidades de Laplace
  - 3.3 Espaços de probabilidade
  - 3.4 Probabilidades condicionais
  - 3.5 A distribuição binomial

#### **Bibliografia Básica**

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira e Aplicada. São Paulo, Saraiva, 2001.  
MARCONDES, Gentil e Sergio. Matemática para o Ensino Médio - Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.  
SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

#### **Bibliografia Complementar**

KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira aplicada a Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.  
SPINELLI, Walter. Matemática comercial e financeira. São Paulo: Ática, 2003  
SILVA, Ermes Medeiros da. Estatística: para os cursos de: economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.  
MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.  
MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às Tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO - MATEMÁTICA****JUROS SIMPLES E COMPOSTOS****Ementa**

Reconhecer e resolver problemas envolvendo juros simples e juros compostos;

**Competências e Habilidades**

Diferenciar taxa efetiva de juros simples e composto numa operação de desconto simples e composto com taxa nominal;

Identificar problemas de Rendas uniformes e em progressão aritmética: postecipadas, antecipadas e diferidas;

Diferenciar os vários Sistemas de Amortização de Dívidas; Calcular em cada um deles: saldo devedor, amortização, encargos financeiros e prestação num período qualquer do financiamento ou empréstimo.

**Conteúdos Programáticos**

- 1-Juros e Descontos Simples
- 2-Juros e Descontos Compostos
- 3-Conceito de Rendas certas ou determinísticas
- 4-Sistemas de Amortização de Dívidas

**Bibliografia Básica**

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira e Aplicada. São Paulo, Saraiva, 2001.

MARCONDES, Gentil e Sergio. Matemática para o Ensino Médio - Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.

SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

**Bibliografia Complementar**

KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira aplicada a Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.

SPINELLI, Walter. Matemática comercial e financeira. São Paulo: Ática, 2003.

SILVA, Ermes Medeiros da. Estatística: para os cursos de: economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.

MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às Tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO - MATEMÁTICA****NOÇÃO DE FUNÇÃO****Ementa**

Construção e exploração dinâmica do conceito de função, Conexão entre a Representação Gráfica e Geométrica.

**Competências e Habilidades**

Compreender o conceito de função, construir e analisar gráficos de funções identificando seu domínio e imagem;

Reconhecer as funções elementares;

Compreender as definições de seno, cosseno e tangente no triângulo retângulo e na circunferência, bem como construir e analisar os gráficos das funções seno, cosseno e tangente;

**Conteúdos Programáticos**

1-Relações e Funções; Domínio, Imagem e gráfico cartesiano de funções; Distância entre dois pontos do plano, Equação Cartesiana de Reta no plano; Funções Afins e Funções poligonais; Propriedades e tipos especiais de funções

2-Modelagem e resolução de problemas; Função Inversa e Função Composta; Limites e Funções Contínuas;

3-Funções Polinomiais, Gráficos, Raízes; Funções Racionais; Retas Tangentes, taxas de variação e derivadas; Máximos e Mínimos, Concavidades, Assíntotas, Esboço de gráficos; Modelagem e resolução de problemas

4-Área sob curvas, definição do logaritmo, gráfico; definição da exponencial, propriedades, gráficos; Modelagem e resolução de problemas

5-Funções Trigonométricas e Trigonométricas Inversas, Definição, Gráficos e Propriedades; Modelagem e Resolução de problemas

**Bibliografia Básica**

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira e Aplicada. São Paulo, Saraiva, 2001.

MARCONDES, Gentil e Sergio. Matemática para o Ensino Médio - Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.

SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

**Bibliografia Complementar**

KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira aplicada a Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.

SPINELLI, Walter. Matemática comercial e financeira. São Paulo: Ática, 2003

SILVA, Ermes Medeiros da. Estatística: para os cursos de: economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.

MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às Tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO - MATEMÁTICA****PROBABILIDADE****Ementa**

Fornecer ao estudante as ferramentas da estatística e da probabilidade para contribuir na compreensão dos fenômenos que podem ser interpretados através de dados probabilísticos ou estatísticos.

**Competências e Habilidades**

Compreender e aplicar os conceitos de Probabilidade na resolução de problemas que possibilitem o uso desses conceitos.

**Conteúdos Programáticos**

1. Modelos Determinísticos e Modelos Probabilísticos
2. Alguns conceitos fundamentais
3. Eventos especiais
4. Probabilidades: Conceito clássico
5. Probabilidades: Conceito Frequentista
6. Definição Axiomática e algumas propriedades das probabilidades
7. Probabilidade Condicional
8. Teorema da Probabilidade Total e Teorema de Bayes
9. Eventos independentes

**Bibliografia Básica**

- PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira e Aplicada. São Paulo, Saraiva, 2001.
- MARCONDES, Gentil e Sergio. Matemática para o Ensino Médio - Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.
- SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

**Bibliografia Complementar**

- KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira aplicada a Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.
- SPINELLI, Walter. Matemática comercial e financeira. São Paulo: Ática, 2003.
- SILVA, Ermes Medeiros da. Estatística: para os cursos de: economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.
- MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.
- MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às Tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.

## **EIXO APOIO PEDAGÓGICO - MATEMÁTICA**

### **PROGRESSÃO ARITMÉTICA**

#### **Ementa**

Calcular as grandezas que sofrem variações iguais em intervalos de tempos iguais.

#### **Competências e Habilidades**

Resolver adequadamente problemas envolvendo o conceito de progressão aritmética.

#### **Conteúdos Programáticos**

Definição de Progressões Aritméticas. Propriedades de Progressões Aritméticas.

#### **Bibliografia Básica**

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira e Aplicada. São Paulo, Saraiva, 2001.

MARCONDES, Gentil e Sergio. Matemática para o Ensino Médio - Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.

SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

#### **Bibliografia Complementar**

KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira aplicada a Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.

SPINELLI, Walter. Matemática comercial e financeira. São Paulo: Ática, 2003

SILVA, Ermes Medeiros da. Estatística: para os cursos de: economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.

MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às Tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO – MATEMÁTICA****PROGRESSÃO GEOMÉTRICA****Ementa**

Calcular as grandezas que sofrem variações iguais em intervalos de tempos iguais.

**Competências e Habilidades**

Resolver adequadamente problemas envolvendo o conceito de progressão geométrica.

**Conteúdos Programáticos**

Definição de Progressões Geométricas. Propriedades de Progressões Geométricas

**Bibliografia Básica**

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira e Aplicada. São Paulo, Saraiva, 2001.

MARCONDES, Gentil e Sergio. Matemática para o Ensino Médio - Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.

SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

**Bibliografia Complementar**

KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira aplicada a Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.

SPINELLI, Walter. Matemática comercial e financeira. São Paulo: Ática, 2003.

SILVA, Ermes Medeiros da. Estatística: para os cursos de: economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.

MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às Tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO – MATEMÁTICA****ESTRUTURAS LÓGICAS****Ementa**

Compreender e aplicar estruturas lógicas para resoluções de problemas.

**Competências e Habilidades**

Compreender e aplicar estruturas lógicas para resoluções de problemas.

**Conteúdos Programáticos**

Proposições Simples. Proposições Compostas. Principais Estruturas Lógicas.

**Bibliografia Básica**

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira e Aplicada. São Paulo, Saraiva, 2001.

MARCONDES, Gentil e Sergio. Matemática para o Ensino Médio - Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.

SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

**Bibliografia Complementar**

KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira aplicada a Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.

SPINELLI, Walter. Matemática comercial e financeira. São Paulo: Ática, 2003.

SILVA, Ermes Medeiros da. Estatística: para os cursos de: economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.

MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.



**EIXO APOIO PEDAGÓGICO – MATEMÁTICA****TABELA VERDADE****Ementa**

Compreender e aplicar o conceito de tabelas-verdades na elaboração de proposições.

**Competências e Habilidades**

Compreender e aplicar o conceito de tabelas-verdades na elaboração de proposições.

**Conteúdos Programáticos**

Conceito De Tabelas-Verdades

Negação

Disjunção

Disjunção Exclusiva

Conjunção

Condicional

Bicondicional

**Bibliografia Básica**

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira e Aplicada. São Paulo, Saraiva, 2001.

MARCONDES, Gentil e Sergio. Matemática para o Ensino Médio - Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.

SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

**Bibliografia Complementar**

KUHNEN, Osmar Leonardo. Matemática Financeira aplicada a Análise de Investimentos. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.

SPINELLI, Walter. Matemática comercial e financeira. São Paulo: Ática, 2003.

SILVA, Ermes Medeiros da. Estatística: para os cursos de: economia, administração e ciências contábeis. São Paulo: Atlas, 1999.

MORETTIN, Luiz Gonzaga. Estatística básica: probabilidade e inferência. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO – MATEMÁTICA****LÓGICA DE ARGUMENTAÇÃO****Ementa**

A disciplina objetiva o desenvolvimento de uma formação básica e introdutória sobre a Lógica de argumentação através do estudo das proposições: analogias, inferências, deduções e conclusões.

**Competências e Habilidades**

Compreender os principais conceitos da Lógica; Diferenciar Sentenças, Operação e Relação; Reconhecer Proposições; Analisar Premissas e Conclusões; Trabalhar com Silogismos e Tabela Verdade.

**Conteúdo Programático**

1. Introdução à Lógica1. 1. Contextualização1. 2. Sentenças1. 3. Operação1. 4. Relação1. 5. Proposições2. Lógica de Argumentação2. 1. Premissa e Conclusão2. 2. Mentiras e Verdades2. 3. Silogismo3. Estudo das Proposições3. 1. Proposições compostas3. 2. Equivalência entre proposições3. 3. Tabelas Verdade

**Bibliografia Básica**

OSAKABE, Haquira. Argumentação e discurso político. São Paulo: Martins Fontes, 2006.  
PERELMAN, Chaim. Tratado da argumentação: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 2005.  
ABREN, Antônio Suárez. A Arte de Argumentar: Gerenciando Razão e Emoção. São Paulo: 2013.

**Bibliografia Complementar**

MORGADO, A. C.; CÉSAR, Elsevier, 2006./ROCHA, H. Raciocínio Lógico: você consegue aprender. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.  
DOLCE, Osvaldo. Fundamentos de matemática elementar. São Paulo: Atual, 1993.  
MACHADO, Nilson José. Lógica e Linguagem Cotidiana - Verdade, coerência, comunicação, argumentação. São Paulo: Autêntica Editora, 2009. (digital)  
VELASCO, Patricia Del Nero. Educando para a argumentação - Contribuições do ensino da lógica. São Paulo: Autêntica Editora, 2010. (digital)  
AMOSSY, Ruth. A argumentação no Discurso. Contexto, 2011. (digital)  
MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às Tecnologias e á Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.  
Dante, Luiz Roberto. Matemática: contexto e aplicações. São Paulo: Ática, 2000.  
SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

**EIXO APOIO PEDAGÓGICO – MATEMÁTICA****PROBLEMAS DE RACIOCÍNIO LÓGICO****Ementa**

A disciplina objetiva proporcionar a apreensão dos conceitos básicos necessários à resolução de problemas de Raciocínio Lógico.

**Competências e Habilidades**

Conhecer o estudo do pensamento correto e verdadeiro. Reconhecer as regras para demonstração científica verdadeira. Apreender as regras sobre o modo de expor o conhecimento. Dominar as regras para verificação da verdade ou falsidade de um pensamento. Reconhecer falácias. Aprimorar argumentos dedutivos e indutivos do conhecimento.

**Conteúdo Programático**

Introdução. Linguagem. Usos da Linguagem. Premissas e conclusões. Reconhecimento de Argumentos. Argumentos Dedutivos e Indutivos. Verdade e Validade.

As três funções básicas da linguagem. Palavras Emotivas. Falácias Não-Formais. Definição. Cinco tipos de definição. Dedução. Proposições Categóricas. Argumentos em Linguagem Comum.

**Bibliografia Básica**

ALENCAR FILHO, Edgard De. Iniciação À Lógica Matemática. São Paulo: Nobel, 2002.

SALMON, W. C. Lógica. Editora Prentice Hall do Brasil, 1984.

DAGHLIAN, Jacob. Lógica e álgebra de Boole. São Paulo: Atlas, 2012.

**Bibliografia Complementar**

SALMON, W. C. Lógica. Editora Prentice Hall do Brasil, 1984.

COPI, I. M. Introdução à Lógica Introdução à Lógica Introdução à Lógica. Editora Mestre Jou, 1968.

MIRANDA, Gina Magali Horvath. Matemática Aplicada às tecnologias e à Gestão de Negócios. São Paulo: Copacabana Books, 2014.

DANTE, Luiz Roberto. Matemática: contexto e aplicações. São Paulo: Ática, 2000.

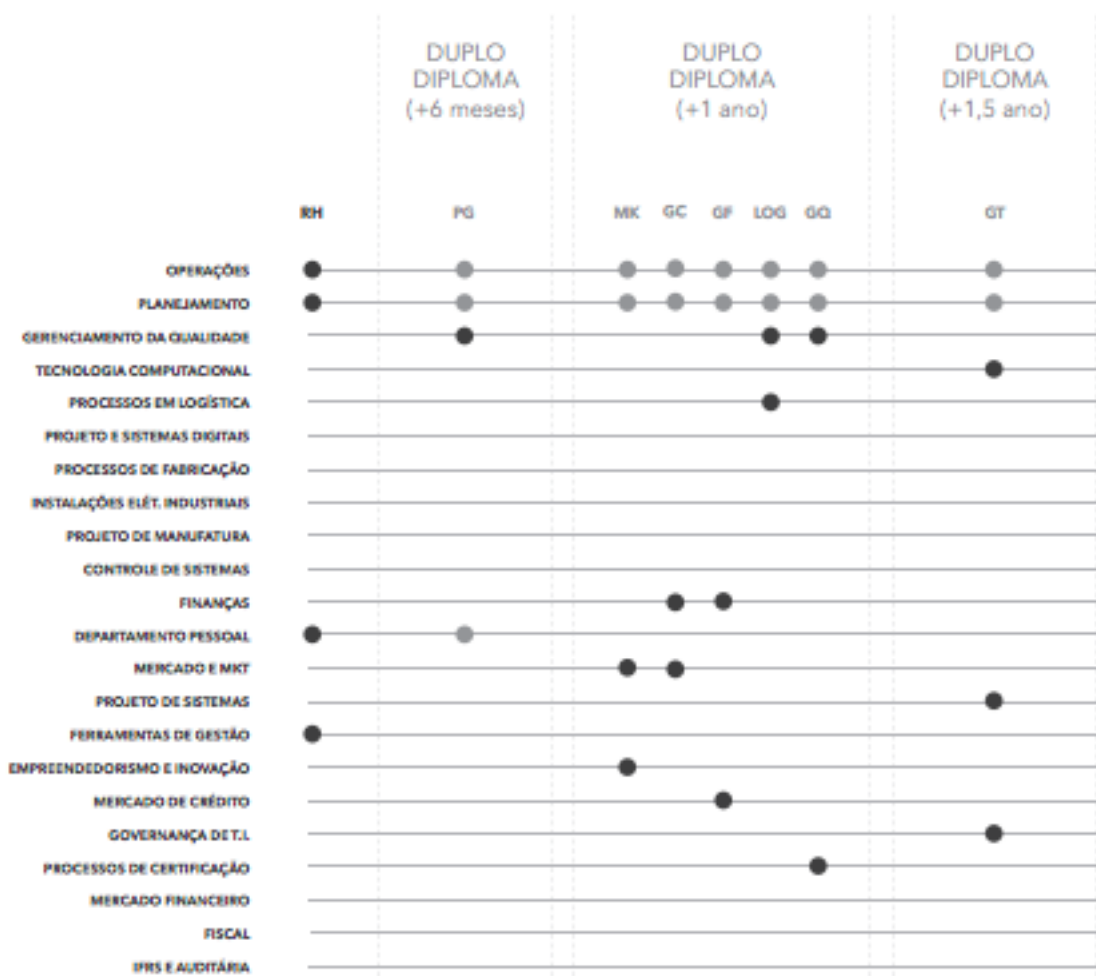
SMOLE, Kátia Cristina Stocco. Matemática: Ensino Médio. 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

## 6.6 Desenvolvimento Acadêmico-Profissional

O curso Superior de Tecnologia em Marketing foi desenvolvido em sinergia com os Cursos de Gestão e Negócios da Faculdade, propiciando o aproveitamento de estudos integral na aquisição, em mais 2 anos, de uma segunda graduação em Bacharelado em Administração ou em mais 6 meses ou 1 ano na aquisição de uma segunda graduação em tecnologia em Negócios ou Finanças.

Como parte do plano de desenvolvimento acadêmico-profissional, está prevista a oferta de cursos de pós-graduação lato sensu, atendendo às demandas profissionais.

### Fluxograma de Sinergia entre cursos



POSSIBILITA UM ÚNICO DUPLO DIPLOMA IMEDIATO EM:  
Nenhum curso

POSSIBILITA DUPLO DIPLOMA EM:  
Processos Gerenciais (+6 meses); Marketing (+1 ano); Gestão Comercial (+1 ano); Gestão Financeira (+1 ano);  
Logística (+1 ano); Gestão da Qualidade (+1 ano); Gestão de Tecnologia da Informação (+1,5 ano);

POSSIBILITA TRANSFERÊNCIA DIRETA PARA:  
Todos os cursos, exceto Automação Industrial; Pedagogia; Educação Física

## 7 - METODOLOGIA DE ENSINO

Seguindo as diretrizes delineadas no PPI, a prática pedagógica adotada é pautada na concepção andragógica do processo de ensino e aprendizagem, construída e consolidada a partir da relação professores, tutores, alunos, conteúdos selecionados, sistematizados, associados e vivenciados.

O processo educacional segue os pressupostos das metodologias ativas de ensino e aprendizagem. Sendo assim, é centrado no aluno, sujeito de seu processo de aprender, capaz de analisar, recriar, criar e elaborar, conduzindo a busca pelas informações, construindo questionamentos e propondo soluções e respostas.

O professor e tutor são facilitadores do acesso e reflexão sobre as informações referentes ao mundo do trabalho e as relativas ao aprimoramento pessoal e social; é visto como organizador do processo educativo e deve dispor de estratégias, métodos, técnicas e ferramentas que possibilitem a socialização do conhecimento e as condições de aprendizagem de forma crítica, participativa e coletiva.

A pedagogia da interação busca promover um processo de aprendizado mais ativo, capaz de estimular a troca de informações entre professores e alunos e entre os próprios alunos, estimulando a criatividade e levando-os a desenvolver a habilidade de reagir às novas situações que, de maneira concreta, serão impostas pela prática profissional.

Independentemente da modalidade de ensino, se presencial ou a distância, o enfoque do conteúdo das atividades e avaliações sempre deverá se dar de forma contextualizada e problematizada. Muito mais do que memorizar uma informação, o aluno deverá mostrar como ele seleciona os conhecimentos e os opera, relacionando-os entre si, na resolução de problemas presentes no cotidiano social e do mercado de trabalho.

O aluno, sob a ótica da aprendizagem significativa, deverá estar num ambiente didático-pedagógico propiciador do desenvolvimento de sua autonomia, dando condições para o aprender a aprender, a fazer, a se relacionar, se autoavaliar e traçar perspectivas e procedimentos para seu autodesenvolvimento contínuo.

Para a eficácia da metodologia, é imprescindível o professor conhecer o perfil de seu alunado, os objetivos gerais do curso e específicos da disciplina e conteúdo e os recursos disponíveis na instituição.

Além de um posicionamento metodológico, é imprescindível a seleção dos conteúdos curriculares de forma coerente aos objetivos traçados para o curso e deve prever a efetiva inter-relação entre as disciplinas. Os conteúdos são selecionados tendo em vista o perfil do egresso, pautado nas necessidades do mercado, a atualização dos conteúdos considerando o avanço científico-tecnológico.

Para a modalidade de ensino presencial, o projeto pedagógico pauta-se na metodologia híbrida, que mescla o ensino presencial com o virtual. Essa integração facilita ao aluno tanto a apropriação do conhecimento quanto a oportunidade de desenvolver as habilidades de que vai precisar para ser bem sucedido na vida. Possibilitando trajetos de aprendizagem autônomos, de acordo com o ritmo e necessidades individuais e intensificando o trabalho em equipe nos momentos presenciais.

A avaliação do aproveitamento acadêmico é entendida como instrumento de acompanhamento contínuo e de caráter construtivo, visando à melhoria da qualidade da aprendizagem através de um processo formativo e continuado. Tanto para a modalidade de ensino a distância quanto presencial, a avaliação abordará tanto as atividades presenciais como a participação do aluno nas atividades virtuais.

Contando com as potencialidades educativas das TICs, possibilitará trajetos de aprendizagem autônomos, de acordo com o ritmo e necessidades individuais. Quanto sistema de comunicação, empenha-se para que permita ao estudante resolver, com rapidez, questões referentes ao material didático e seus conteúdos, bem como aspectos relativos à orientação de aprendizagem como um todo, articulando o estudante com docentes, tutores, colegas, coordenadores de curso e disciplinas e com os responsáveis pelo sistema de gerenciamento acadêmico e administrativo. Principalmente em um curso a distância, esta é uma prática muito valiosa, capaz de contribuir para evitar o isolamento e possibilitar ao estudante o sentimento de pertencimento ao grupo.

O ambiente virtual de aprendizagem é estruturado por equipe multidisciplinar, integrando professores conteudistas, designers, pedagogos e equipe técnica de TI.

Para as disciplinas dos eixos humanidades e apoio pedagógico ofertadas na modalidade de ensino a distância, as particularidades metodológicas giram em torno das TICs - para as quais todas as atividades acadêmicas e administrativas do curso se voltam. Neste caso, as atividades são concentradas no AVA da IEs, apoiando-se na exposição de conteúdos, leituras críticas, fóruns de discussão, bate-papo e elaboração de trabalhos individuais e em grupo,

ferramentas de suporte a interatividade, tais como blogs, wikis e de colaboração, e feedbacks continuados. Para tanto, prevê-se atividade de capacitação dos alunos para uso do ambiente virtual de aprendizagem e compreensão da dinâmica de um curso na modalidade a Distância.

A metodologia de trabalho de cada atividade, bem como as atividades a serem realizadas, serão disponibilizadas pelo professor no AVA, conforme o cronograma do curso. As atividades serão acompanhadas pelo professor ou tutor que, através do ambiente, irá interagir com os alunos, enviando seus comentários e avaliando cada atividade realizada.

## **7.1 Material didático**

O material didático utilizado é desenvolvido pelos professores do curso, de acordo com a natureza dos componentes curriculares ministrados, dentro de especificações e padrões definidos pela Coordenação de Curso, contando com o acervo bibliográfico disponibilizado pela Instituição.

Tanto do ponto de vista da abordagem do conteúdo, quanto da forma, deve estar concebido de acordo com os princípios epistemológicos, metodológicos e políticos explicitados no projeto pedagógico, de modo a facilitar a construção do conhecimento e mediar a interlocução entre estudante e professor, devendo passar por rigoroso processo de avaliação prévia (pré-testagem), com o objetivo de identificar necessidades de ajustes, visando o seu aperfeiçoamento.

Em consonância com o projeto pedagógico do curso, o material didático deve desenvolver habilidades e competências específicas, recorrendo a um conjunto de mídias compatível com a proposta e com o contexto socioeconômico do público-alvo.

### **Especificidades para as disciplinas em EAD**

O Material Didático, do ponto de vista da abordagem do conteúdo, está sendo concebido de acordo com os princípios explicitados no projeto pedagógico, de modo a facilitar a construção do conhecimento e mediar a interlocução entre estudante e professor.

Consta no plano de elaboração do material, processo de avaliação prévia com o objetivo de identificar necessidades de ajustes, visando o seu aperfeiçoamento.

Estão sendo envidados esforços para que o material didático desenvolva as habilidades e competências específicas, recorrendo a um conjunto de mídias compatível com a proposta e com o contexto socioeconômico do público-alvo.

A produção de conteúdo com, videoaulas, vídeos instrucionais, videoconferências, páginas WEB, atividades supervisionadas, objetos de aprendizagem e outros, para uso a distância, atende a diferentes lógicas de concepção, produção, linguagem, estudo e controle de tempo. Para atingir estes objetivos, considera-se que os docentes responsáveis pela produção dos conteúdos trabalhem integrados a uma equipe multidisciplinar, contendo profissionais especialistas em desenho instrucional, diagramação, ilustração, desenvolvimento de páginas web, entre outros.

Integrado à proposta do material didático são disponibilizadas atividades de orientação, por meio de atendimentos aos alunos em videoconferência e por Guia Geral do Curso em formato digital postado no próprio AVA e no portal do aluno - que:

- oriente o estudante quanto às características da educação a distância e quanto aos direitos, deveres e normas de estudo a serem adotadas, durante o curso;
- contenha informações gerais sobre o curso (grade curricular, ementas, etc.);
- Informe, de maneira clara e precisa, que materiais serão colocados à disposição do estudante (livros-texto, cadernos de atividades, leituras complementares, roteiros, obras de referência, atividades supervisionadas, Web-sites, vídeos, ou seja, um conjunto - impresso e/ou disponível na rede - que se articula com outras tecnologias de comunicação e informação para garantir flexibilidade e diversidade);
- defina as formas de interação com professores, tutores e colegas;
- apresente o sistema de acompanhamento, avaliação e todas as demais orientações que darão segurança durante o processo educacional.

Relativo ao conteúdo de cada material educacional, o aluno, por meio de videoconferências e por Guia disponível no AVA e portal do aluno, tem a disposição informação que:

- oriente o estudante quanto às características do processo de ensino e aprendizagem particulares de cada conteúdo;
- informe ao estudante a equipe de docentes responsável pela gestão do processo de ensino;
- informe ao estudante a equipe de tutores e os horários de atendimento;
- apresente cronograma (data, horário, local - quando for o caso) para o sistema de acompanhamento e avaliação.

Especial atenção é devotada à construção do material didático no que diz respeito à garantia de unidade entre os conteúdos trabalhados, quaisquer que sejam sua organização, disciplinas, módulos, áreas, temas, projetos. Outro aspecto relevante é a garantia de que o material didático propicie interação entre os diferentes sujeitos envolvidos no projeto.

Para atender a estas orientações, o material didático deve:

- com especial atenção, cobrir de forma sistemática e organizada o conteúdo preconizado pelas diretrizes pedagógicas, para cada área do conhecimento, com atualização permanente;
- ser estruturados em linguagem dialógica, de modo a promover autonomia do estudante desenvolvendo sua capacidade para aprender e controlar o próprio desenvolvimento;
- prever disciplina introdutória- obrigatória -que leve ao domínio de conhecimentos e habilidades básicos, referentes à tecnologia utilizada e também forneça para o estudante uma visão geral da metodologia em educação a distância a ser utilizada no curso, tendo em vista ajudar seu planejamento inicial de estudos e em favor da construção de sua autonomia;
- detalhar que competências cognitivas, habilidades e atitudes o estudante deverá alcançar ao fim de cada unidade, módulo, disciplina, oferecendo-lhe oportunidades sistemáticas de auto-avaliação;
- dispor de esquemas alternativos para atendimento de estudantes com deficiência;
- Indicar bibliografia e sites complementares, de maneira a incentivar o aprofundamento e complementação da aprendizagem.

A equipe docente responsável pela elaboração dos conteúdos recebe orientações por meio de Manual de diretrizes para a apresentação dos conteúdos no AVA.

## **7.2 TICs no Processo de Ensino-Aprendizagem**

As tecnologias de informação e comunicação utilizadas pela Faculdade Flamingo no processo de ensino-aprendizagem colocam à disposição da comunidade acadêmica os seguintes recursos:

- Qmágico – utilizado como ambiente virtual de aprendizagem e utilizado para realização de atividades integrativas e de complementação pedagógica, além de também apoiar algumas atividades dedicadas às metodologias ativas;
- Portal do aluno – ambiente de acesso restrito, no qual o aluno tem a sua disposição diversos serviços, acesso a documentação e comunicação institucional.

O Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), utilizado pela Faculdade Flamingo, é o Qmágico.

O QMágico possui algumas particularidades que possibilitaram a sua escolha: é um software de baixo custo para a instituição, gratuito para os alunos, que já possui um excelente grau de amadurecimento e feito por uma empresa nacional. É usado em vários projetos educacionais e tem grande afinidade com o desenvolvimento das metodologias ativas de aprendizagem. O QMágico, dessa forma, também potencializa a aprendizagem colaborativa, através dos recursos de interação existentes - chat, fórum, mensagens, workshops, wiki, etc. Permite a disponibilização de materiais em diversos formatos, como por exemplo word, pdf e vídeo. Além disso, o QMágico possui uma ferramenta de autoria própria, já embutida, ou seja, você pode montar seus próprios conteúdos educacionais, suas avaliações, tarefas e outros materiais por meio de uma interface simples e amigável.



Essa ferramenta permite um acompanhamento individualizado do engajamento e desenvolvimento dos discentes através da emissão de relatórios que possibilitam a elaboração de percursos específicos de cada grupo de alunos dependendo de suas dificuldades ou necessidade de maior aprofundamento.

Essa ferramenta acompanha tanto nossos cursos presenciais quanto os em EAD. Nos presenciais utilizam o ambiente para inserir conteúdos de aprofundamento, exercícios de fixação e atividades avaliativas; Nos em EAD, utilizam o Qmágico para a interação do discente com o docente responsável pela disciplina.

O Qmágico é dividido em Cadernos, que recebe o nome da disciplina e o professor responsável, cada aluno da turma correspondente é incluído no Caderno respectivo da sua turma, permitindo assim um melhor acompanhamento dos discentes ao longo do curso.

Aos alunos ingressantes no curso, prevê-se atividade de nivelamento dos alunos, com objetivo de capacitá-los para uso do ambiente virtual de aprendizagem, bem como no conhecimento das questões operacionais e da dinâmica de um curso na modalidade a Distância e encontros quinzenais para a realização de palestras, aulas de aprofundamento e/ou atividades práticas dos conteúdos trabalhados ao longo do curso. Essas atividades são desenvolvidas em conjunto com a Equipe Técnica e de Apoio do setor de EAD da Instituição e envolve também os tutores.

A metodologia de trabalho de cada atividade, bem como as atividades a serem realizadas, são disponibilizadas pelo professor no ambiente virtual de aprendizagem, conforme o cronograma do curso. As atividades devem ser acompanhadas pelo professor ou tutor que, através do ambiente, irá interagir com os alunos, enviando seus comentários e avaliando cada atividade realizada.

Cada disciplina ou curso deve prever pelo menos um encontro semanal síncrono (bate-papo ou videoconferência) para desenvolvimento ou acompanhamento do conteúdo abordado nas atividades propostas. Caso necessário, outros encontros síncronos podem ser agendados. Caso a metodologia preveja encontros síncronos também em horários alternativos, estes devem ocorrer dentro dos dias letivos e horários previstos da Faculdade Flamingo - o aluno será informado pelo próprio ambiente virtual. A data e horário dos encontros presenciais e síncronos devem estar previstos no programa de ensino e estar disponível ao aluno por ocasião da matrícula do mesmo na disciplina ou curso.

A Faculdade Flamingo também possui parceria com a Google For Education, o que permite ao corpo docente e alunos utilizar as ferramentas Google para o trabalho colaborativo, como desenvolvimento de trabalho de pesquisa e responder pesquisas através de formulários.

### **7.3 Avaliação da Aprendizagem**

O Curso concebe a avaliação do aproveitamento acadêmico como um processo essencial para alcançar a formação almejada. Essa avaliação objetiva corrigir e aprimorar a prática, aumentando assim a eficiência e atribuindo significados. Nesse contexto, entende-se que a prática avaliativa não pode ser um instrumento neutro, isolado, devendo sinalizar os acertos, corrigindo rumos e permitindo planejar e replanejar com mais segurança.

O processo de avaliação de aprendizagem toma-se como ponto de partida o perfil do egresso delineado pelo curso, acarretando na elaboração de atividades de estudos, alcunhadas internamente de avaliações continuadas, e de avaliações conclusivas, que buscam explicitar aos professores e aos alunos as aprendizagens incorporadas.

Destaca-se, que o que se pretende avaliar não é só o conhecimento aprendido, mas também a capacidade de acioná-lo e de buscar outros para realizar o que é proposto. Avaliar as Competências e Habilidades é verificar não apenas se os alunos adquiriram os conhecimentos necessários, mas também se, quanto e como fazem uso deles para resolver situações problema (reais ou simuladas) relacionadas, de alguma forma, com o exercício da profissão.

É através da avaliação que se verifica a presença ou ausência de pré-requisitos para novas aprendizagens, identificando dificuldades específicas e suas causas, verificando se os objetivos estabelecidos estão sendo atingidos, e fornecendo subsídios para aperfeiçoar o processo de ensino-aprendizagem.

Neste processo, as TICs vêm trazer um diferencial quanto às possibilidades de feedbacks sistematizados e imediatamente após a conclusão de uma atividade, facilitando ao aluno conduzir seus estudos de forma mais consciente e autônoma.

Conforme Regimento da Faculdade Flamingo, em cada semestre letivo, será atribuída uma nota de 0 a 10,0



para cada disciplina.

### **7.3.1 Para a modalidade presencial**

A nota é resultado da média aritmética de duas notas: a nota de avaliação contínua (AC); avaliação conclusiva (CO).

#### **Avaliação Diagnóstica**

Atividade incentivada pela Faculdade a ser desenvolvida no início de cada disciplina com o objetivo de avaliar os conhecimentos prévios dos alunos e servir como referência para o planejamento das atividades pelos professores e apropriação pelos alunos de seus conhecimentos prévios.

#### **Avaliação Contínua (AC)**

Conjunto de atividades desenvolvidas ao longo do período letivo que tem como objetivo identificar e orientar o processo de aprendizagem do aluno durante o ciclo evolutivo da disciplina.

A avaliação contínua possibilita o exercício de variadas práticas pedagógicas, estimula-se o docente à realização de projetos baseados na resolução de problemas, micro avaliações, pesquisas científicas ou aplicadas, dentre outros desafios lançados pelo docente e alinhados às diretrizes institucionais.

Durante o período letivo devem ser realizadas pelo menos três atividades, observando os seguintes critérios:

- As notas devem ser lançadas pelo docente no sistema acadêmico Portal do Aluno (plataforma TOTVs) conforme prazos estabelecidos no calendário acadêmico.
- A nota deve ser aferida numa escala de 0 (zero) a 10,0 (dez) com variação de 0,5 (meio) ponto.
- A Média das Avaliações Continuadas (MAC) é obtida pela média aritmética das Avaliações Continuadas (AC) e compõe 40% do Conceito Final (CF) da disciplina:

$$MAC = (AC1 + AC2 + AC3 + AC4) / 4$$

#### **Avaliação Conclusiva (CO)**

Avaliação única e de caráter formativo, prevista em calendário acadêmico e com objetivo de consolidar a aprendizagem do conteúdo da disciplina.

- A prova deve ser composta por questões diversificadas.
- Os critérios para correção e pontuação devem ser claros.
- O professor deve preparar previamente as questões e submeter à avaliação da coordenação pedagógica.
- A nota deve ser lançada pelo docente no sistema acadêmico conforme prazos estabelecidos no calendário acadêmico.
- A nota deve ser aferida numa escala de 0 (zero) a 10,0 (dez) com variação de 0,5 (meio) ponto.
- A Avaliação Conclusiva (CO) compõe 60% do Conceito Final (CF) da disciplina.

#### **Conceito Final (CF)**

O Conceito Final (CF) de uma disciplina é obtido por meio da média ponderada entre Média das Atividades Continuadas (MAC) e a nota da Avaliação Conclusiva (CO):

$$CF = (MAC * 0,40) + (CO * 0,60)$$

#### **Critérios para Aprovação em uma Disciplina**

A aprovação do aluno em uma determinada disciplina se dá pelo atendimento integral aos seguintes requisitos:

- Frequência igual ou superior a 75% nas aulas;
- Conceito final da disciplina maior ou igual a 6,0 (seis).

Aprovação = Frequência  $\geq$  75% nas aulas e CF  $\geq$  6,0.

Reprovação = Frequência  $<$  75% nas aulas ou CF  $<$  6,0.

### 7.3.2 Para a modalidade a distância

A oferta da disciplina na modalidade a distância dá-se com duração mensal.

A nota é resultado do cálculo de dois instrumentos: a média das notas das avaliações continuadas, composta por 1 avaliação semanal, somando-se um total de 4 avaliações, e a nota da avaliação conclusiva. Dessa forma, a nota final de aproveitamento acadêmico é resultado da média entre a nota obtida na Avaliação Conclusiva, mais a média aritmética resultante das notas obtidas nas avaliações continuadas, sendo que a avaliação conclusiva equivale a 60% da nota final e a média das avaliações continuadas equivale a 40% da nota final.

- **Avaliação Continuada:** é realizada ao longo do mês em que a disciplina está inserida, com o objetivo de avaliar as Competências e Habilidades já conquistadas e apontar conteúdos que precisam ser revisados. Cada atividade gera uma nota de 0,0 a 10,0 e depois é feita a média aritmética. Essa avaliação é disponibilizada no AVA (QMágico). Em caso de não realização das atividades on-line no prazo apresentado, o aluno receberá nota 0,0 (zero) naquela atividade, exceto para justificativas amparadas por lei, quando será aberto um novo prazo para execução da atividade.

- **Avaliação Conclusiva:** é realizada ao final de cada semestre letivo, envolvendo a totalidade do conteúdo programático desenvolvido pelas diferentes disciplinas do módulo, privilegiando a leitura e compreensão de textos, o raciocínio lógico, contextualizado nos conteúdos próprios de cada componente curricular.

Esta avaliação tem caráter individual e presencial.

Em caso de ausência do aluno nas avaliações presenciais, este deverá requerer formalmente a 2ª chamada em prazo previsto em calendário.

A elaboração das perguntas fica a cargo da equipe composta pelos professores das disciplinas e a coordenação pedagógica.

A aplicação fica a cargo do professor tutor. E a correção, do professor da disciplina.

O feedback do professor em relação ao desempenho do acadêmico em cada atividade é concentrado no AVA (QMágico) e nos encontros semanais, ao vivo, que a Flamingo disponibiliza para todos os seus alunos envolvidos.

A aprovação do aluno está condicionada à nota final de aproveitamento acadêmico em cada disciplina igual ou superior a 6,0.

Para alunos com média final em qualquer disciplina inferior a estabelecida para aprovação, será concedida a avaliação substitutiva e, será aprovado, quando a média final (média aritmética entre a nota final e a nota da avaliação substitutiva) for igual ou superior a 5,0.

Estão previstas em Regimento todas as condições de aprovação no curso, considerando aproveitamento de estudos e condições de abonos e justificativas de faltas, procedimentos de 2ª chamada e revisão de notas.

Atendendo às diretrizes legais para a modalidade EAD e vindo ao encontro da qualidade almejada pela IES, os critérios de avaliação da aprendizagem serão didaticamente apresentados aos alunos no início do curso, juntamente com o calendário de prazos para cumprimento das tarefas on-line, encontros síncronos e avaliações presenciais.

Para o cumprimento dos componentes curriculares obrigatórios, como atividades complementares e atividades práticas, a IES disponibiliza os regulamentos específicos e os divulga no início do curso aos alunos.

Conceito Final nas Disciplinas da modalidade a distância (CF)

O Conceito Final (CF) de uma disciplina a distância é obtido por meio da média ponderada entre Média das Atividades Continuadas (MAC) e a nota da Avaliação Conclusiva (CO)

$$CF = (MAC * 0,40) + (CO * 0,60)$$

#### CrITÉrios para AprovaÇão em uma Disciplina

A aprovação do aluno em uma determinada disciplina se d  pelo Conceito final da disciplina maior ou igual a 6,0 (seis).

Aprovação = CF  $\geq$  6,0.

Reprovação = CF < 6,0.

#### 7.4 Avaliação nos Polos de Educação a Distância

As avaliações presenciais poderão ser realizadas na sede da Faculdade Flamingo ou nos Polos de EaD. Nestes, o Multiplicador tem como função atender aos alunos nos momentos presenciais avaliativos. Em caso de prova, esta será enviada com antecedência ao Polo pela Equipe Técnica e de Apoio do setor de Educação a Distância. A prova é aplicada presencialmente pelo Multiplicador.

O professor poderá acompanhar a aplicação on-line através de videoconferência ou pelo Ambiente Virtual de Aprendizagem.

Em caso de apresentação de trabalho, um professor poderá ser deslocado até o Polo de EaD ou utilizar recursos de videoconferência.

#### 7.5 Avaliação de Ensino

Em relação   avaliação do processo de ensino, esta acontecerá de forma paralela   avaliação da aprendizagem. Além da auto avaliação conduzida pelo próprio professor, motivado por seu compromisso para a qualidade de seu trabalho, a coordenação de curso supervisiona o desenvolvimento do ensino, analisando, sob o pressuposto dialógico e emancipatório, o plano de ensino, a produção dos conteúdos e metodologias das aulas, o processo de avaliação da aprendizagem, desde os seus cr terios, eficácia dos feedbacks e planos de retomada do conteúdo- quando necessário- e o atendimento aos prazos e procedimentos burocráticos relativos à disciplina, a fim de não comprometer o Plano de desenvolvimento do curso.

#### 7.6 Calendário acadêmico

Estando de acordo com a Lei de diretrizes e bases nacionais, são ofertados, no mínimo, em cada semestre letivo, 100 dias letivos, excluindo o tempo reservado aos exames finais.

## **8 - INFRAESTRUTURA DISPONÍVEL PARA O PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM**

A Faculdade Flamingo disponibiliza para o desenvolvimento do curso salas de aula e espaços ambientes, como sala-auditório, biblioteca e laboratórios.

O curso conta com o apoio de equipe acadêmica e administrativa e recursos tecnológicos e de comunicação.

### **8.1 Salas de Aula**

As salas de aula contam com recursos tecnológicos, móveis como projetor, tela de projeção e notebook, ambiente wireless, acessíveis a cadeirantes e pessoas com mobilidade reduzida.

Suas carteiras permitem a disposição das salas enfileirada, em semicírculo ou dividida em sub-grupos, o que facilita a diversidade das aulas, entre aulas expositivas e interativas.

Os professores, ao início de cada semestre letivo, tomam conhecimento de toda a infraestrutura disponível para que a considerem em seu planejamento de aula.

### **8.2 Laboratório de informática**

O curso dispõe de laboratórios de informática.

O Layout da sala permite a utilização dos computadores individualmente ou em trios.

Os laboratórios são configurados para atender às necessidades do curso. Conta com programas e softwares que possibilitem aos alunos conhecerem e interagirem com tecnologias gerenciais. São eles:

- Microsiga – software de Gestão Empresarial
- Microsoft Office

São divulgados aos usuários as normas de funcionamento, utilização e segurança visando contribuir para o adequada utilização dos espaços e recursos.

A gestão acadêmica, em parceria com a gestão administrativa, atenta-se para promover a manutenção periódica e os serviços de apoio técnico e disponibilidade de recursos adequados às atividades a serem desenvolvidas.

O plano de atualização e aprimoramento é decorrente da avaliação periódica quanto às demandas, aos serviços prestados e à qualidade dos laboratórios em relação aos objetivos de aprendizagem prospectados.

Os alunos dos cursos de EAD, em suas visitas presenciais ao polo, pode utilizar os laboratórios, tanto para realização de atividades do curso como para atendimento de tutoria presencial.

Além dos laboratórios, as salas de aula contam com notebooks, telas e projetores e a biblioteca também disponibiliza aos alunos computadores para pesquisas, trabalhos, consulta ao acervo e em rede com a central de cópias.

### **8.3 Biblioteca**

Os alunos e professores do Curso Superior de Tecnologia em Marketing contam com biblioteca formatada com área para consulta e acesso ao acervo, área para estudos individuais, área para estudos em grupo e local para guarda de pertences.

A biblioteca disponibiliza os seguintes serviços: consulta local; empréstimo domiciliar; reserva de livros; levantamento bibliográfico; e orientação quanto à normalização bibliográfica (normas ABNT). Está em estudo a possibilidade também de ofertar a comutação bibliográfica (COMUT).

O acervo pode ser consultado remotamente, com link disponível no website da Faculdade.

Os computadores das bibliotecas estão em rede com a central de cópia facilitando a impressão de documentos.

### **Acervo específico ao curso de Marketing**

Os títulos das bibliografias básicas e complementar estão apresentados no plano de ensino de cada disciplina do curso.

Para bibliografia básica, a biblioteca disponibiliza pelo menos 10 exemplares de cada título indicado.

Para a bibliografia complementar, a biblioteca disponibiliza pelo menos 2 exemplares de cada título indicado.

### **Periódicos de interesse ao curso**

A biblioteca disponibiliza periódicos especializados, indexados e correntes, sob forma impressa e informatizada abrangendo as principais áreas temáticas do curso. A estes são somados outros periódicos que permitem a formação de novos conhecimentos associados às situações contemporâneas.

A Faculdade Flamingo a fim de fomentar a disseminação do conhecimento, iniciou projeto de edição de revista online devidamente cadastrada com ISSN 2179-2895 com link de acesso disponível no website da Faculdade.

## **8.4 Recursos humanos**

O Curso, para o desenvolvimento de suas atividades pedagógicas, conta com o envolvimento das seguintes pessoas e departamentos:

- Diretor geral,
- Diretor Acadêmico
- Coordenador da Escola de Negócios,
- Coordenador de curso;
- Coordenador de acolhimento;
- Estagiários para atendimento às atividades do curso
- Profissionais da Secretaria
- Bibliotecária e monitores para orientação e atendimento aos discentes e docentes,
- Equipe de gestores e monitores de TI, garantindo a qualidade dos recursos de informática nos laboratórios, os recursos multimídias nas salas de aulas e espaços ambientes, editoração e suporte para orientação ao uso do Portal Flamingo,
- Assessoria na formação de professores.
- Equipe de atendimento ao aluno – com o projeto de apoio discente
- Equipe administrativa e de atendimento – responsáveis pela segurança, organização e atendimento geral da Instituição.

## **8.5 Canais de comunicação**

Além das informações disponibilizadas pelo programa de gestão acadêmica e pelo Portal Universitário, os diferentes departamentos da Faculdade Flamingo contam com:

- Mural nas salas de aula, nos corredores, pátios e bibliotecas.
- Mural nas salas dos professores
- Display eletrônico no pátio
- E-mail a todos os alunos, professores e funcionários a partir de endereço de e-mail personalizado Flamingo – toda a comunidade recebe um ao ingressar na Instituição.

- Quadro de avisos no portal Universitário – todos os departamentos interessados portam login e senha que os permitem comunicar-se com alunos, professores e coordenação em ferramenta no Portal.
- Intermediação dos Representantes de classe para comunicar recados à sua turma.

## **9 - POLÍTICAS INSTITUCIONAIS DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO NO ÂMBITO DO CURSO**

O Projeto Pedagógico do Curso foi elaborado a partir das concepções e direcionamentos apresentados nos PPI e PDI, garantindo-se as especificidades de formação do curso e da modalidade a distância.

A Faculdade Flamingo entende que a qualidade didático-pedagógica inicia-se com um Projeto Pedagógico de Curso devidamente elaborado, caracterizando pertinentemente o perfil do egresso a partir das necessidades reais do mercado de trabalho e das demandas sociais; concebendo uma matriz curricular que explicita os objetivos a serem alcançados pela interrelação de cada componente curricular; definindo uma metodologia de ensino propiciadora da aprendizagem significativa; descrevendo detalhadamente a infraestrutura necessária física, tecnológica e humana necessária.

A organização dos cursos da IES, independentemente da modalidade de ensino, deve proporcionar condições para que o egresso, além de dominar a técnica inerente à sua área de conhecimento, diferencie-se pelas competências e habilidades vinculadas ao raciocínio, a reflexão crítica e criatividade que propiciem reagir às novas situações que, de maneira concreta, serão impostas pela prática profissional, integrando ensino, pesquisa e extensão.

Para o Curso Tecnologia em Marketing, tanto para a modalidade presencial quanto a distância, a política de ensino propõe envia esforços para a promoção da autonomia do aprendiz e perfil do aprendizado ativo e colaborativo, dando-lhe condições para o estudo auto-didático e auto-gerenciado, as competências para compartilhar e construir os conhecimentos com os colegas, a incorporação das tecnologias facilitadoras do ensino e aprendizagem. Para a modalidade EAD, intensificam-se os esforços para o aprimoramento da produção dos materiais didáticos disponibilizados virtualmente e a intensificação e personalização da formação docente e de apoio administrativo-pedagógico para o desenvolvimento competente do EAD.

Em relação às políticas de pesquisa, o curso deve incentivar as atividades de pesquisa acadêmicas por meio de ações que proporcionam contribuições teóricas e práticas às atividades de ensino e extensão. Mesmo na modalidade de ensino a distância, o curso deve propiciar aos alunos envolverem-se em atividades de pesquisa voltadas para a resolução de problemas e de demandas da comunidade, alinhadas a um modelo de desenvolvimento que privilegia, além do crescimento econômico, a promoção da qualidade de vida. Criando e exercitando a atitude investigativa e científica como base da formação acadêmica e a de buscar novos conhecimentos e técnicas. Inclusive, incentivando e orientando a participação da comunidade acadêmica para submissão de trabalho na RIT–Revista Inovação e Tecnologia (ISSN:2179-2895, classificação Capes-Qualis Engenharias III–B4 e Ciência da Computação–C), publicação eletrônica semestral e bilíngue da Faculdade Flamingo.

As atividades de extensão devem estar presentes no desenvolvimento do curso tanto na modalidade presencial quanto a distância, como um complemento ao ensino e uma forma de interação da instituição com a comunidade ao seu redor. A modalidade de ensino a distância integrar-se-á às atividades ofertadas pela IES de cunho profissional, cultural e social, podendo ser aberta à comunidade.

As políticas de inclusão social estabelecidas pela IES têm como objetivo principal proporcionar condições de acesso ao ensino superior a todos os grupos, tendo como perspectiva básica direitos e oportunidades iguais para todos os cidadãos. Disponibilizando os programas de apoio financeiro e às políticas de educação inclusiva voltadas para pessoas portadoras de necessidades especiais, possibilitando o acesso e a permanência de alunos que apresentam alguma deficiência, adequando seus conteúdos e procedimentos didáticos.

A incorporação de maneira crescente dos avanços tecnológicos às atividades acadêmicas do curso está prevista no orçamento anual da IES. E para tanto incentiva a participação do corpo docente em eventos que abordem temas relacionados à incorporação de novas tecnologias ao processo de ensino-aprendizagem.

Articulando ensino, pesquisa e extensão, o curso busca empreender um processo educativo que contribua para o pleno desenvolvimento do aluno, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.

Os princípios que orientam o desenvolvimento do projeto educacional da Faculdade Flamingo estão presentes no curso.

A igualdade de condições para o acesso e permanência na Instituição é identificada nos programas de atendimento ao discente, desde às condições financeiras facilitadoras, os projetos de apoio pedagógico para dirimir as defasagens de formação básica assim como sanar dúvidas relativas à utilização do AVA e do



conteúdo do curso, a estrutura de atendimento também presencial, aproximando o aluno da coordenação, dos professores e da equipe de apoio.

A preocupação com a qualidade mostrar-se-á nas ações de intervenções estratégicas e continuadas apoiadas no acompanhamento do processo.

A vinculação entre educação, mercado de trabalho, autoconhecimento, autoaprimoramento e desenvolvimento e responsabilidade social solidários - vislumbrados na concepção da matriz em T, onde o aluno constrói seus conhecimentos técnicos, conceituais e socioemocionais, assim como sua estrutura que permite sua atualização de acordo com a demanda do mercado ao entrar em contato com conteúdos de cursos que interagem com sua área de conhecimento.

Buscando fortalecer a articulação da teoria com a prática, valorizando a pesquisa individual e coletiva, assim como os estágios e a participação em atividades de extensão.

A preocupação em ofertar um ambiente acolhedor, atento a incentivar a interatividade entre professor-aluno, aluno-aluno, tutor-aluno, professor-tutor, não somente em termos de comunicação, mas, sobretudo no sentido de construção de aprendizagens colaborativas. A linha teórico-metodológica valoriza a participação interativa dos alunos, a realização de pesquisas, a discussão de temas e situações, com apresentação de argumentos e contra-argumentos nos fóruns de discussão, através das tecnologias digitais e interativas possibilitadas pelo AVA.

A clareza no papel de cada um no processo de ensino-aprendizagem - desenvolvendo a qualificação docente para assumir seu papel de orientador e mediador do conhecimento e desenvolvimento de competências e incentivando o engajamento do aluno na participação das atividades de ensino, visando uma progressiva autonomia profissional e intelectual do aluno e encorajando-o aos conhecimentos, habilidades e competências adquiridas fora do ambiente acadêmico, inclusive as que se referirem à experiência profissional.

A liberdade e incentivo para aprender, ensinar, pesquisar e divulgar a cultura, o pensamento, a arte e o saber – sob a ótica do aprendizado continuado – é percebido na flexibilidade curricular, nos programas de extensão, nas atividades de incentivo à pesquisa previstas na matriz do curso, no programa de qualificação docente.

O respeito e tolerância ao pluralismo de ideias, concepções, potencialidades e posturas permeiam todas as ações da IES e do Curso e estão evidentes na concepção e desenvolvimento dos trabalhos no Eixo Integrador e nas disciplinas do Eixo Humanidades.

A gestão democrática do ensino - convidando, estimulando e valorizando a participação discente e docente no desenvolvimento do curso e nas práticas da IES.



## **10 - POLÍTICAS DE ATENDIMENTO AO ALUNO**

### **10.1 Forma de Acesso ao Curso**

Em conformidade com a legislação vigente, o acesso aos cursos superiores da Faculdade Flamingo está aberto a todos aqueles que tenham concluído o Ensino Médio ou equivalente. O procedimento para o ingresso é realizado por meio de Processo Seletivo que avalia a formação básica do candidato, verificando a sua pertinência ao ensino superior, e procede à sua classificação em função do número de vagas disponíveis.

Para o Processo Seletivo, o candidato poderá optar por prova de redação elaborada pela Comissão de Processo Seletivo da Faculdade ou nota obtida no ENEM.

Como critério de aprovação, para a opção por redação elaborada pela IES, nota de aprovação igual ou superior a 5,0 (cinco) pontos, para opção nota obtida no ENEM, nota igual ou superior a 450 pontos.

As vagas são preenchidas por ordem de matrícula.

Os procedimentos de inscrições para o processo seletivo, os critérios de aprovação e as orientações para efetivação de matrícula são realizados de acordo com o que estabelece o Edital do Processo Seletivo, divulgado ao público.

O processo seletivo é organizado e supervisionado pela Comissão de Processos Seletivos da IES.

Atendendo à Portaria nº 23 de 21/12/2017, o edital de processo seletivo deve ser publicado 15 dias do início do Processo.

### **10.2 Apoio ao Discente no Âmbito do Curso**

A Faculdade Flamingo preza pelo atendimento personalizado aos seus alunos e interessados, uma vez que acredita no facilitador de aprendizagem produzido por um ambiente acolhedor, já que alimenta continuamente a motivação em se engajar no curso, desenvolve o sentimento de pertencimento ao grupo, bem como a segurança e confiança em poder ser atendido em suas dúvidas, receios e críticas.

Para garantir esse atendimento, a Faculdade disponibiliza profissionais e recursos dedicados ao aluno em diferentes áreas e meios: virtuais e presenciais.

No processo de seleção, vestibular, o atendimento dá como opção uma entrevista individual do candidato com um coordenador de curso ou diretor acadêmico ou ainda com um dos diretores da instituição relacionados a área de conhecimento de interesse do candidato.

Para garantir a oportunidade de acesso a todos os interessados em cursar o Ensino Superior, a Instituição integra programas de bolsas e financiamentos de estudos ofertados pelo Governo e outros Institucionais (Prouni, FIES, Jovens Acolhedores, Vestibular Social, Desconto empresa-conveniada, Desconto-família, Programa de estágio e monitoria, dentre outros), bem como prevê condições de negociações aos alunos inadimplentes.

No início de cada semestre, está previsto encontro presencial (também disponibilizado em veiculação online e em vídeo). Neste momento os coordenadores e diretor acadêmico apresentam todas as informações pedagógicas e administrativas, bem como os profissionais associados que vão facilitar e direcionar as ações para a qualidade do curso e da convivência. Nesse período também é realizada a apresentação dos planos de ensino e os esclarecimentos sobre os procedimentos didáticos e de avaliação da aprendizagem. Para os novos alunos, é oferecida disciplina de orientação sobre o uso adequado do AVA e uma tutoria permanente ao longo do semestre.

Para delinear as práticas pedagógicas facilitadoras da aprendizagem, são previstas avaliações diagnósticas e análises de engajamento e crescimento da aprendizagem, observadas numa plataforma virtual, com o objetivo de identificar objetivamente as dificuldades e conhecimentos prévios apresentados e adquiridos pelos alunos ao longo de sua vida acadêmica. Com base em relatórios e avaliações diagnósticas e continuadas desenvolvidas em sala ou em ambiente virtual, são disponibilizados programas de reforço escolar, com aulas de nivelamento pedagógico, aulas de reforço de conteúdos técnicos e plantões de dúvidas.

Todos os cursos, em sua matriz curricular, já prevêem componente curricular de Língua Portuguesa e Matemática, de caráter obrigatório à integralização do curso, assim como componentes que contemplam as competências socioemocionais e cognitivas indicadas como essenciais pelo Fórum Econômico Mundial.

A Faculdade dispõe também de uma coleção de livros didáticos especialmente desenvolvida para atendimento às necessidades dos alunos da IES. Os livros são desenvolvidos pelos professores da própria instituição. Os livros trazem conteúdos teóricos e exercícios voltados à Língua Portuguesa, Matemática e Metodologia do trabalho científico.

Paralelamente ao planejamento estrutural do curso, atividades de enriquecimento de conhecimentos pertinentes serão promovidas através da realização de palestras, seminários, workshops com profissionais gabaritados, facilidades para a participação em feiras, visitas a empresas, e outras a critério do Colegiado do Curso e em decorrência de oportunidade e disponibilidade de tempo existente.

O Ambiente Virtual de Aprendizagem promove acesso e envolvimento aos conteúdos do curso e funciona como importante recurso de comunicação, disponibilizando a mediação pedagógica de tutores que acompanham o desenvolvimento do aluno durante seu caminhar na Faculdade. Neste processo vem trazer um diferencial quanto às possibilidades de feedbacks sistematizados, inclusive imediatamente seguinte à conclusão de uma atividade pelo aluno, direcionando os estudos de forma mais consciente e autônoma. Integrada às políticas de educação inclusiva voltada para pessoas com necessidades especiais, possibilita o acesso e a permanência de alunos que apresentam alguma deficiência, adequando seus conteúdos e procedimentos didáticos.

### **10.3 Informações gerais do curso ao discente**

De acordo com a Lei 13.168, de 2015, antes de cada semestre letivo, são disponibilizados no website da IES, com o título grade e corpo docente e com data da última atualização, o programa do curso com seus componentes curriculares, duração, critérios de avaliação e qualificação docente.

### **10.4 Política de atendimento à pessoa com deficiências**

A Faculdade Flamingo, considerando a necessidade de assegurar o direito à educação à pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida, busca, permanentemente, ofertar e aprimorar a condição de alcance para a utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários e equipamentos. Ao encontro dessa busca por garantir esses direitos, a IES também se utiliza de tecnologias que tornem a comunicação e o conteúdo virtual acessíveis aos indivíduos que necessitem de interface específica, seja de forma autônoma ou assistida.

Para tanto dispõe de órgãos colegiados para dar assistência às diretrizes e práticas inclusivas. São eles o NEAD - Núcleo de Educação a Distância e NUPIN - Núcleo de Práticas Inclusivas.

O atendimento às necessidades especiais dos alunos prevê entrevista para identificar os recursos e práticas mais adequados e viáveis para o melhor aproveitamento do aluno no curso, sua interação social com a comunidade Acadêmica e na utilização dos espaços físicos.

Nesse sentido, podemos relacionar alguns dos recursos e práticas disponibilizados pela IES.

Para a pessoa com deficiência física, a Faculdade Flamingo apresenta as seguintes condições de acessibilidade:

- livre circulação dos estudantes nos espaços de uso coletivo (eliminação de barreiras arquitetônicas);
- rampas com corrimãos, facilitando a circulação de cadeira de rodas;
- portas e banheiros adaptados com espaço suficiente para permitir o acesso de cadeira de rodas;
- barras de apoio nas paredes dos banheiros;
- lavabos e bebedouros em altura acessível aos usuários de cadeira de rodas.

Os polos de apoio presencial deverão cuidar para ofertar as mesmas condições de acessibilidade.

Acerca da pessoa com deficiência visual, a Faculdade Flamingo está comprometida em proporcionar:

- sala de apoio contendo Teclado Braille acoplado ao computador, sistema de síntese de voz; scanner e fotocopidora para ampliação de textos;
- Podcasts;

- software de ampliação de tela;
- lupas, réguas de leitura; assessoria de recursos do Instituto Laramara (Associação Brasileira de Assistência à Pessoa com Deficiência Visual)
- programa de tradução para áudio dos conteúdos disponíveis on-line.
- Utilização do aplicativo *Be My Eyes* (permite que o tutor realize chamadas para o aluno e descreva desenhos na tela e leitura de textos);
- O fornecimento do aplicativo Ubook para o aluno com deficiência visual (são mais de 1000 audiolivros);

Em relação à pessoa com deficiência auditiva, a Faculdade Flamingo está igualmente comprometida em:

- proporcionar intérpretes de língua de sinais, especialmente quando da realização de provas ou sua revisão, complementando a avaliação expressa em texto escrito ou quando este não tenha expressado o real conhecimento do aluno;
- flexibilizar a correção das provas escritas, valorizando o conteúdo semântico;
- possibilitar o aprimoramento da língua portuguesa, principalmente, na modalidade escrita;
- fornecer materiais de informações aos professores para que se esclareça a especificidade linguística dos surdos.

Para atendimento ao aluno sob o espectro autista e síndrome de down, dentre outras deficiências, a Faculdade Flamingo acolhe na condição de corresponsabilidade da família e profissional de acompanhamento de psicólogo particular do aluno. Assim como as demais deficiências, a matrícula está condicionada à entrevista e acordos de trabalho em parceria Faculdade e Família.

A Faculdade prevê a disponibilidade de tutor competente para atendimento e orientação personalizada para aqueles alunos que apresentarem necessidade de educação especial.

A Faculdade Flamingo coloca à disposição das pessoas com deficiências ajuda técnica que possibilita o acesso às atividades acadêmicas e administrativas em igualdade de condições com as demais pessoas.

## 11 - GESTÃO DO CURSO

A IES rege-se pela legislação do ensino superior, pelo seu Regimento e resoluções internas, pelas normas do Contrato Social e pelos pressupostos e projeções delineados no PDI.

O desenvolvimento acadêmico mantém uma relação de autonomia com a mantenedora, respeitando-se a autoridade própria dos órgãos colegiados.

A gestão é direcionada pela Missão, Visão e Valores estabelecidos, conduz-se pelos pressupostos democráticos, dialógicos e sistêmicos. Cuida do clima organizacional, do desenvolvimento de pessoas, do planejamento, implementação, controle, avaliação e intervenção de programas, projetos, processos e ações, da comunicação eficaz que garanta a informação e a interação a toda comunidade acadêmica e a definição clara dos papéis de cada integrante da comunidade acadêmica para a conquista dos resultados almejados.

A equipe diretiva administrativo-pedagógica da Faculdade Flamingo acredita num modelo de gestão participativo e democrático, no qual cada departamento reconhece as suas responsabilidades diante dos objetivos comuns a serem alcançados: qualidade de ensino e atendimento. A partir da Missão, Visão e Valores únicos, todos direcionam as suas atividades.

É no momento do planejamento que se analisa o contexto, delineiam-se as necessidades, definem-se as estratégias e elabora-se um projeto de ações.

Esse planejamento é desenvolvido sob as óticas sistêmicas e de sustentabilidade, contextualizando o plano de análise e ação dentro de todo o ambiente e dinamismo institucional, assim como avalia as interferências no meio físico e social. Para tanto, tem como pressuposto básico o trabalho em equipe integrando os diferentes departamentos para o desenvolvimento do planejamento.

Associada ao planejamento, é conduzida a prática avaliativa dos resultados conquistados: pensa-se, executa-se, avalia e intervém durante o processo e ao final.

O modelo desenhado de gestão para a Faculdade Flamingo dispõe de organização formal, com estrutura simples, que visa propiciar à administração agilidade e flexibilidade para responder às necessidades da Instituição e às exigências modernas de gestão. Tal modelo permite ainda ampliar a transparência, a rapidez das respostas e a comunicação entre os segmentos que compõem a dinâmica institucional.

A estrutura organizacional caracteriza-se por níveis hierárquicos responsáveis pela formulação, deliberação e execução das atividades institucionais, que se interpenetram, propiciando a qualidade de formação profissional e a qualidade de gestão.

Os órgãos de deliberação e de execução são concebidos com poucos níveis hierárquicos, contribuindo para tornar mais fácil a comunicação, exigindo menor controle burocrático, facilitando a gestão de processos e de rotinas e a delegação de responsabilidades, podendo-se obter, em consequência, maior envolvimento da comunidade acadêmica.

Essa estrutura permite instaurar processos de decisão mais ágeis, com participação dos diferentes segmentos da comunidade acadêmica, possibilitando, a cada setor, autonomia e responsabilidade pelas decisões adotadas.

Nos de alçada pedagógica, estão os órgãos relacionados à tomada de decisão em instância institucional e de curso.

De acordo com o Regimento Interno são órgãos que participam da gestão da Faculdade Flamingo, em âmbito institucional:

- o Conselho Superior de Ensino, Pesquisa e Extensão (CONSEPE),
- a Diretoria Geral, composta pelo Diretor Geral, o Diretor Acadêmico, o Diretor Financeiro e o Diretor Comercial
- a Comissão Própria de Auto-Avaliação (CPA);
- o Núcleo Ensino a distância (NEAD)
- o Núcleo de Pesquisa e Extensão (NUPE)

em âmbito de curso:

- a Coordenação da Escola de Negócios,
- a Coordenação de Curso,
- a Coordenação de Acolhimento
- o Núcleo Docente Estruturante (NDE)
- o Colegiado de Curso.

Como forma de acompanhar e garantir a qualidade do curso, promovendo as intervenções pontuais e, principalmente, sistêmicas, o NDE, em consonância com a Coordenação do Curso e o Colegiado do Curso, devem promover ações que possibilitem a avaliação de das variáveis que interferem direta ou indiretamente no processo de ensino e aprendizagem e na qualidade técnica do curso.

Somando-se às análises e sugestões identificadas pela CPA-Comissão Própria de Auto avaliação da Faculdade Flamingo, integram o sistema de avaliação do curso:

- Análise da matriz curricular e estrutura proposta do curso em relação às necessidades do mercado e outros objetivos de formação propostos.
- Acompanhamento e supervisão da atuação docente e de tutoria mediante os relatórios de acompanhamento de utilização do AVA.
- Análises promovidas em reuniões do Colegiado do Curso e em pesquisas desenvolvidas pela IES para tal fim.
- Constatação do índice de satisfação dos alunos em pesquisas para tal fim.
- Acompanhamento do desempenho dos alunos no decorrer e ao final de cada módulo semestral.
- Acompanhamento de trancamentos de matrículas e renovação das matrículas.
- Resultados apresentados pelos alunos no ENADE.
- Informações contidas nos relatórios das comissões de avaliação externa durante os processos de autorização, reconhecimento e renovação de reconhecimento do curso.
- Informações contidas nos relatórios da CPA após pesquisa de satisfação aplicada semestralmente para avaliação, pelos alunos, dos aspectos relativos ao desempenho dos professores, tutores e gestores, da infraestrutura da Faculdade e dos órgãos administrativos e de apoio ao aluno.

As análises feitas a partir desses diversos instrumentos de avaliação subsidiam as propostas de intervenção para aprimoramento do curso, partindo do pressuposto do envolvimento de toda a comunidade na coleta de informações e sugestões.

A metodologia de coleta é definida de acordo com o contexto, pode ser ela: grupo focal, pesquisas abertas e fechadas e estudo de caso. É conduzida pela preocupação em integrar dados quantitativos e qualitativos.

As reuniões ordinárias (e extraordinárias) do NDE, do CONSEPE, do Colegiado do Curso e com os alunos são instâncias importantes para obtenção de dados que subsidiam as ações corretivas e qualitativas.

Essas ações relativas aos ajustes no PPC do curso serão capitaneadas pelo NDE, núcleo atuante e que age em consonância com a Coordenação do Curso, sempre apoiado pelos gestores e pelos órgãos colegiados.

A nova coordenação do curso, juntamente com toda a equipe docente, está atenta à formação que atenda ao ENADE e intensificou projeto de orientação ao discente e de revisão de suas práticas de ensino. Como ações prioritárias, podemos relacionar:

- Conscientização discente e docente sobre o processo de avaliação do ENADE
- Intensificação no programa de nivelamento pedagógico a fim de trabalhar as defasagens de formação básica apresentadas pelos alunos, quase em sua totalidade advindos da rede pública de ensino, otimizando a utilização do AVA.
- Ampliação do desenvolvimento de exercícios orientados com questões contextualizadas
- Atualização da Matriz Curricular do Curso.

### **11.1 Participação dos colegiados**

A participação ativa dos diferentes sujeitos da comunidade acadêmica é pré-requisito para a manutenção e aprimoramento da qualidade pedagógico-administrativa.

O Curso é representado pelo NDE – núcleo docente estruturante- e pelo Colegiado de Curso – composto pela equipe multidisciplinar do curso - responsáveis por acompanhar e promover e sugerir, respectivamente, os aprimoramentos.

Atendendo às diretrizes do Regimento institucional, a gestão do curso prevê encontros semestrais, com registro e divulgação dos assuntos discutidos e intervenções propostas.

O NDE, liderado pelo coordenador do curso, tem como responsabilidade promover os aprimoramentos discutidos, submetendo-os à direção acadêmica.

Diretoria acadêmica é responsável por acompanhar a qualidade do curso, analisando o relatório anual da CPA, que atualmente já se empenha em dar voz aos diferentes sujeitos, o relatório semestral do NDE e Colegiado de Curso e promovendo, periodicamente, encontro com os gestores dos departamentos administrativos e de apoio pedagógico e, mensalmente, com os coordenadores de curso. Sempre que entender necessário, poderá abrir fóruns e pesquisas de satisfação no AVA aos alunos, docentes e/ou tutores.

### **11.2 Formação Andragógica de Professores**

O Curso atende às orientações previstas pelo PPI quanto à seleção, contratação, plano de carreira e formação continuada em serviço.

Para alcançar os objetivos traçados a cada curso, faz-se imprescindível uma equipe docente competente, com experiência acadêmica e profissional. Daí os cuidados na seleção da equipe e sua integração ao curso e seus pares.

A Faculdade Flamingo provém o “Plano de Carreira Docente”, aprovado pelo seu Conselho Superior, delineando seus objetivos, as atividades do magistério, a forma de constituição do corpo docente, o processo de atração de novos candidatos a vagas, os enquadramentos profissionais os regimes de trabalho, o processo de remuneração e demais situações pertinentes à vinculação profissional.

A Faculdade Flamingo promove diferentes momentos de encontros entre coordenação, direção e professores a fim de promover discussões, análises e propostas de intervenção e aprimoramentos da prática pedagógica.

Esses encontros mesclam-se em convocações obrigatórias e atividades opcionais e integram o Projeto “Centro de Estudos Flamingo”. Dentre eles estão: Workshops Pedagógicos, Encontro de Direcionamento Pedagógico de início de ano, Planejamento individual e coletivo.

Somando-se às atividades de formação de professores promovidas pela Instituição, estão previstos encontros programados pelo coordenador do curso de discussão sobre a prática pedagógica e as possibilidades de aprimoramento envolvendo somente a equipe docente do curso

### **11.3 Equipe pedagógica para as disciplinas na modalidade EAD**

#### **As atividades de tutoria**

As atividades de tutoria consistem em participar do processo pedagógico, possuindo domínio dos objetivos da(s) disciplina(s) aos quais está envolvido, associando-os aos seus conteúdos e aos objetivos do curso, bem como conhecer com profundidade o ambiente virtual de aprendizagem.

Suas principais funções consistem em auxiliar o professor no acompanhamento e desenvolvimento da disciplina; auxiliar os alunos no desenvolvimento das atividades, incentivando e promovendo espaços de construção coletiva de conhecimento; mediar as atividades síncronas e assíncronas a distância ou presencialmente; atender dúvidas dos alunos pertinentes às atividades e conteúdos e orientá-los como contatar demais departamentos para assuntos administrativos; auxiliar o professor no desenvolvimento do conteúdo e na seleção de material de apoio e outros elementos de sustentação teórica dos conteúdos; participar dos processos de avaliação, identificando indicadores de baixo desempenho e atuando nas intervenções, acompanhar e avaliar o projeto pedagógico, sugerindo ações de aprimoramento.



Tanto para a tutoria a distância quanto para a presencial, pressupõe-se o domínio do conteúdo, por parte do tutor, como condição essencial para o exercício das funções. Esta condição fundamental deve estar aliada à necessidade de dinamismo, visão crítica e global, capacidade para estimular a busca de conhecimento e habilidade com as novas tecnologias de comunicação e informação. Para tanto está previsto programa de capacitação de tutores abarcando quatro dimensões: capacitação no domínio específico do conteúdo; capacitação em mídias de comunicação; e capacitação em fundamentos da EaD e no modelo de tutoria e no treinamento em Metodologias Ativas de Aprendizagem com objetivo de dar maior significado ao fechamento dos conteúdos.

Cada tutor poderá ter dedicação de 20 horas/aula para atender no máximo 50 alunos por disciplina, módulo ou área.

Está prevista a presença de um tutor presencialmente nos pólos em horários pré-estabelecidos e divulgados aos alunos, mediando os alunos no desenvolvimento de suas atividades individuais ou em grupo. O tutor presencial deve manter-se em permanente comunicação tanto com os estudantes quanto com a equipe pedagógica do curso.

Cabe ressaltar que as funções atribuídas a tutores a distância e a tutores presenciais são intercambiáveis em um modelo de educação a distância que privilegie forte mobilidade espacial de seu corpo de tutores.

Semestralmente, as atividades de tutoria serão avaliadas pelos alunos e equipe pedagógica do curso, embasando ações corretivas de aperfeiçoamento para o planejamento das atividades futuras.

### **Equipe Multidisciplinar**

A produção de material impresso, vídeos, videoconferências, CD-Rom, páginas WEB, objetos de aprendizagem e outros, atende a diferentes lógicas de concepção, produção, linguagem, estudo e controle de tempo. Para atingir estes objetivos, é necessário que os docentes responsáveis pela produção dos conteúdos trabalhem integrados a uma equipe multidisciplinar, contendo profissionais especialistas em desenho instrucional, diagramação, ilustração, desenvolvimento de páginas web, entre outros.

A equipe multidisciplinar é constituída por profissionais de diferentes áreas do conhecimento, responsável pela concepção, produção e disseminação de tecnologias, metodologias e os recursos educacionais para a educação a distância.

O desenvolvimento dos processos de trabalho deve seguir um plano de ação claro com controle das etapas cumpridas e a especificação da equipe multidisciplinar responsável por cada tarefa: os professores responsáveis pelo conteúdo de cada disciplina, bem como os demais profissionais nas áreas de educação e técnica (por exemplo, webdesigners, desenhistas gráficos, equipe de revisores, equipe de vídeo, etc). Ele especificará, também, a parcela deste material que estará produzida e pré-testada pela equipe multidisciplinar institucional antes do início do curso.

## **11.4 Infraestrutura para a equipe acadêmica**

### **Espaço de Trabalho para o Coordenador**

A Faculdade Flamingo dispõe de sala para o coordenador do curso com área de atendimento aos alunos e professores, espaço para reuniões, recurso de telefonia, internet e computadores em rede com impressora. Armários para a guarda de pertences pessoais e outros relativos ao curso. É Integrada à uma das áreas dos docentes em regime de trabalho integral e parcial. E próxima à sala de professores. E considera também o trabalho por resultado desenvolvido em home office.

### **Espaço de Trabalho para professores em tempo integral**

A Faculdade Flamingo dispõe de duas áreas para trabalho dos docentes em tempo integral e parcial, oferecendo mesas de trabalho individual e coletivo, telefonia, internet, computadores em rede com impressora e armários para a guarda de material e equipamentos pessoais, com segurança. E considera também carga de trabalho em home office, acompanhado por resultado.

### **Sala de Professores**

A IES disponibiliza sala coletiva aos professores, com mesas coletiva e individuais, computadores, escaninhos, acesso à Internet, área de café e sanitários.