

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

Modalidades presencial (com 20% a distância) e a distância

Válido para ingressantes a partir do 1o sem 2022

Atualizado no 2º semestre de 2024

1 – DADOS GERAIS DA IES	4
1.1 Mantenedora	4
1.2 Mantida	4
1.3 Dirigentes Acadêmicos da Faculdade Flamingo	4
1.4 Missão, Visão e Valores da IES	5
2 – DADOS GERAIS DO CURSO	6
2.1 Atos Legais do Curso	7
Fundamentação do número de vagas	6
2.2 Histórico de atualização do PPC	7
2.3 Conceitos ENADE e Avaliações Externas	7
2.4 Coordenador do Curso	8
2.5 Composição do NDE – Núcleo Docente Estruturante	8
2.6 Dados do Colegiado	9
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	11
5- OBJETIVOS DO CURSO E PERFIL DO EGRESSO	18
Acompanhamento do Desenvolvimento Profissional do Aluno e Egresso	19
ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO	20
6-ESTRUTURA CURRICULAR	20
6.1. Matriz Curricular do curso	22
6.2 Representação gráfica de um perfil de formação com a disposição dos componentes dos eixos de apoio pedagógico, transversal, integrador e extensão	23
6.3 Concepção dos componentes curriculares	24
6.3.1 As atividades não presenciais para integralização da hora-aula	24
6.3.2 Disciplinas optativas/eletivas	24
6.3.3 Formação em Cultura Afro-Brasileira, Temática Indígena, Meio Ambiente e Direitos Humanos	24
6.3.4 Trabalho de Conclusão de Curso	24
6.3.5 Atividades Complementares	25
6.3.6 Estágio Curricular Supervisionado	25
6.3.7 EXTENSÃO	25
6.3.8 SELEÇÃO DE CONTEÚDOS	25
6.4 Esqueleto de competências e habilidades	25
6.5 Planos de Ensino	26
6.6 Desenvolvimento Acadêmico-Profissional	56
7 - METODOLOGIA DE ENSINO	57
7.1 Equipe Multidisciplinar para as disciplinas na modalidade EAD, híbrida ou disponibilização dos conteúdos no AVA	58
7.2 Material Didático	60
7.3 TICs no Processo de Ensino-Aprendizagem	62

7.4 Avaliação da Aprendizagem	63
7.4.1 Para a modalidade presencial	63
7.4.2 Para a modalidade a distância	64
7.5 Avaliação nos Polos de Educação a Distância	65
7.6 Avaliação de ensino	66
7.7 Calendário Acadêmico	66
8- INFRAESTRUTURA DISPONÍVEL PARA O PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM	67
8.1 Salas de aula	67
8.2 Salas Temáticas	67
8.3. Sala de atividade física e dinâmicas de grupo	67
8.4.Sala para atendimento individual e dinâmicas de grupo	67
8.5 Auditório	67
8.6 Laboratórios de Informática	67
8.6.1 Laboratório Móvel	68
8.7 Estúdio de gravação de vídeos	68
8.8 Biblioteca	68
8.9 Laboratórios multidisciplinares - área de indústria	69
8.10 Laboratório de Química, Biologia e Anatomia	69
8.11 Brinquedoteca	69
8.12 Recursos Humanos	69
8.13 Canais de comunicação	70
9-POLÍTICAS INSTITUCIONAIS DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO NO ÂMBITO DO CURSO	71
10 - POLÍTICAS DE ATENDIMENTO AO ALUNO	71
10.1 Forma de Acesso ao Curso	73
10.2 Apoio ao Discente no Âmbito do Curso	73
10.3 Informações gerais do curso ao discente	73
10.4 Política de atendimento a portadores de necessidades especiais	73
11 - GESTÃO DO CURSO	76
11.1 Atribuição dos Coordenadores de Curso e NDE	77
11.2 Auto avaliação do Curso	78
11.3 Participação dos colegiados	79
11.4 Formação Andragógica de Professores	79
11.5 Infraestrutura para a equipe acadêmica	80
ANEXOS	81
Histórico de atualização do PPC	82
Equipe Docente	83
Histórico de atualização das matrizes	86

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

Ana Margarida Stefanutto Pinto

Início do mandato: 01/08/2024 – final do mandato: indeterminado

Resolução interna da divulgação do mandato: RI 02/2024

Mateus Stefanutto Pinto

Início do mandato: 01/07/2019 - final do mandato: 01/08/2024

1.2 Mantida

Campus Lapa – Endereço da Sede

Unidade Acadêmica - Pólo EaD

62.704.317/0001-66

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

Atos legais da Mantida

Recredenciamento Modalidade Presencial: Portaria nº 904 de 16/11/2021, publicada no DOU de 19/11/2021

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

Recredenciamento EaD em trâmite: processo e-MEC nº 202004667

1.3 Dirigente Acadêmico 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

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**

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)

Campus Perdizes

Código do Curso no e-MEC: **100274**

Endereço: **Av. Francisco Matarazzo, 913 – 05001-000 – São Paulo - SP**

Vagas e turnos autorizados por ano: **100** vagas (Noturno)

Endereço de oferta transferido e transferência de alunos no 1º semestre de 2018 – RI 34/17

Exclusão de curso: Portaria nº 584 de 09/12/2020 publicada no DOU 09/12/2020

2.1 Atos Legais do Curso

Unidade 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**

Unidade 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 de 03/04/2017 publicada no DOU 04/04/2017**

Endereço de oferta transferido e transferência de alunos no 1º semestre de 2018 – RI 34/17

Exclusão de curso: Portaria nº 584 de 09/12/2020 publicada no DOU 09/12/2020

Fundamentação do número de vagas

O número de vagas para o curso está fundamentado em estudos quantitativos e qualitativos, que comprovam sua adequação à dimensão do corpo docente e tutorial e às condições de infraestrutura física e tecnológica para o ensino e a pesquisa.



O número de vagas autorizado, com 150 vagas anuais, para o curso na modalidade presencial, e 150 vagas na modalidade presencial, vem se mostrando em valor suficiente à demanda de novos alunos. O acervo bibliográfico apresenta ao menos 10 exemplares para a bibliografia básica e 2 exemplares para a bibliografia complementar, atendendo plenamente ao número de vagas autorizado. O processo de disponibilização do AVA aos alunos está implantado e garante a disponibilidade das atividades e conteúdos das disciplinas mensais, os recursos de acompanhamento e feedback do desempenho do aluno. A

carga horária de atendimento da coordenação do curso, do coordenador pedagógico, de tutoria e dos setores de atendimento ao aluno atende às demandas relativas ao curso e atendimento ao aluno.

A equipe docente atende à oferta dos módulos por semestre, com aderência às disciplinas explicitada pela formação profissional e acadêmica, bem como vasta experiência na docência do ensino superior.

2.2 Histórico de atualização do PPC

- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 10/2009
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 13/2011
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 09/2013
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 03/2018
- Pedido de Autorização de curso EaD - Processo e-MEC nº 201819632 de 13/10/2018
- Atualização integral do PPC com inserção das diretrizes EaD e Alteração Curricular publicada em Resolução interna nº 17/2018 de 30/10/2018
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 04/2019
- 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
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 04/A/2021 (para todos os cursos de graduação)
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 04/A/2021 (para todos os cursos de graduação)
- Alteração Matriz Curricular Resolução Interna nº 02/2023 - substituída pela Resolução Interna 12/23
- Validação: documentos institucionais, regulamentos – Regulação Interna nº 03/2023

2.3 Conceitos ENADE e Avaliações Externas

Campus Lapa

ANO	ENADE	CPC	CC	IDD
2022	2	-	-	
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

Profª Ms. Elida Pereira Macedo

Data de início do mandato: 01 de fevereiro de 2024

Data de término de mandato: indeterminado

Regime de trabalho: Tempo Integral

Resolução interna de divulgação do mandato para Coordenação de Curso: Resolução Interna nº 1/24 de 26 de janeiro de 2024.

A coordenação do CST em Gestão de Recursos Humanos é Mestre em Psicologia Educacional, Especialista em Gestão Educacional, Licenciatura em Pedagogia e Graduada em Administração. 36 anos nas áreas Administrativa, Comercial e Financeira em empresas e instituições financeiras (nacionais e multinacionais), nos segmentos gerenciais e de relacionamento pessoal.

Equipe de Apoio à Coordenação do Curso

Presencial

Coordenador Acadêmico – Períodos Matutino e Noturno

Profª Ms. Elida Pereira Macedo - Resolução Interna nº 04/21

Profª Dra Lucimar Regina Santana Rodrigues - Resolução Interna nº 04/21

Coordenador do NEAD

Profº Ms. Deberson Ferreira de Almeida - Resolução Interna nº 01/23

2.5 Composição do NDE – Núcleo Docente Estruturante

A composição do NDE do curso busca a representatividade dos diferentes eixos que estruturam a matriz de competências do curso. Valoriza-se, ao menos, 5 anos de experiência na docência e que 60% dos integrantes apresente significativa experiência profissional na área do curso.

NDE – Resolução Interna nº 02/2024

Integrantes	Início do mandato	Nomeação pela Resolução (RI)
Profª Ms. Elida Pereira Macedo no NDE desde 01/03/2021	23/01/2024	RI 01/24
Profª Dra Gina Magali H. Miranda	01/08/2024	RI 02/24
Profª Dra. Lucimar Regina Santana Rodrigues	05/02/2018	RI 09/18
Profº Marco Antonio Guerrero	01/03/2021	RI 04/21
Profª Ms. Maria de Lourdes Sgorbissa	05/02/2018	RI 09/18

Perfil dos Componentes do NDE:

Profª Ms. Elida Pereira Macedo - é Mestre em Psicologia Educacional, Especialista em Gestão Educacional, Licenciatura em Pedagogia e Graduada em Administração. 36 anos nas áreas Administrativa, Comercial e Financeira em empresas e instituições financeiras (nacionais e multinacionais), nos segmentos gerenciais e de relacionamento pessoal. Membro do NDE do curso desde 2021.

Profª Dra. Gina Magali Horvath Miranda, coordenadora da Escola de TI, dos cursos de ADS e GTI, e dos programas de estágio supervisionado e atividades complementares e Membro do NDE desde 31/01/2020 pela Faculdade Flamingo. Graduada em Bacharel em Matemática e Licenciatura Plena em Matemática, mestre em Educação Matemática e Doutora em Educação Matemática. Experiência na área de Ciência da Computação, com ênfase em Processamento.

Profª Dra. Lucimar Regina Santana Rodrigues, Vice Diretora Acadêmica, Coordenadora Acadêmica e Membro do NDE desde 20/03/2013. É coordenadora do Eixo de Apoio Pedagógico. Doutora em Língua Portuguesa, Mestre em Língua Portuguesa, Especialista e Graduada em Letras. 36 anos de experiência na educação básica, educação técnica e educação superior (graduação e pós-graduação), nas modalidades Presencial e EAD. Autora de livros, artigos, capítulos de livros e pareceres técnicos-acadêmicos. Participante de bancas examinadoras de mestrado e doutorado. Professora convidada para aulas na USP. Comunicadora em congressos nacionais e internacionais. Vasta experiência no mercado de trabalho em empresas e instituições financeiras, em cargos administrativos e de gestão. Consultora de comunicação e de imagem.

Profª Ms. Maria de Lourdes Sgorbissa membro do NDE desde 20/03/2013, possui Mestrado em Psicologia, Especialista em Psicodrama Pedagógico, Especialização em Administração em Recursos Humanos e Graduação em Administração e Graduação em Serviço Social. Consultora em treinamento comportamental e assessment; palestrante em autodesenvolvimento e planejamento orçamentário. Facilitadora em Metodologias Ativas e Aprendizagem Significativa. Mentoring & Coach Holo-Sistêmico ISOR. Consultora de Recursos Humanos e Assistente Social.

Profº Marco Antonio Guerrero, membro do NDE desde 20/02/2013, possui Especialização em Gestão de Pessoas; Marketing Estratégico e Graduação em Administração de Empresas. Com mais de 25 anos de experiência no mercado nas áreas Comercial, Administrativa e de Marketing. Diretor comercial na prestadora de serviços FHORTEX.

NDE em Marketing: Resolução Interna nº 01/2024

Integrantes	Início do mandato	Nomeação pela Resolução (RI)
Profª Ms. Elida Pereira Macedo no NDE desde 01/03/2021	23/01/2024	RI 01/24
Profª Dra. Lucimar Regina Santana Rodrigues	05/02/2018	RI 09/18
Profº Marco Antonio Guerrero	20/03/2013	RI 04/13
Profª Ms. Maria de Lourdes Sgorbissa	05/02/2018	RI 09/18

NDE anterior

Integrantes	Início do mandato	Nomeação pela Resolução (RI)
Profº Marco Antonio Guerrero - Coordenador	01/03/2021	RI 04/21
Profª Dra. Lucimar Regina Santana Rodrigues	05/02/2018	RI 09/18
Profª Ms. Roberta Moreira de Souza	01/03/2021	RI 04/21
Profª Ms. Maria de Lourdes Sgorbissa	05/02/2018	RI 09/18
Profª Ms. Elida Pereira Macedo	01/03/2021	RI 04/21

2.6 Dados do Colegiado

De acordo com o Regimento Acadêmico, o colegiado de curso é representado por dois representantes docentes que atuam no curso e dois discentes regularmente matriculados no curso e é presidido pelo coordenador de curso com encontro ordinário semestral e registrado em ata.

1º semestre de 2024

Integrantes Colegiado de Curso	Início do mandato	Nomeação pela Resolução (RI)
Profª Ms. Elida Pereira Macedo - no NDE desde 01/03/2021	23/01/2024	RI 01/24
Profª Esp Alexandre Laurindo Fernandes	01/02/2012	RI 01/23
Profº Ms Osmar Mitsuo Saito	01/08/2011	RI 01/23
Raony Gonçalves Cardoso RA: 23108264 ingressante em 2023/1	01/02/2023	RI 01/23
Fernanda Moraes Ramos RA: 24108868	23/01/2024	RI 01/24
Marcos da Costa Santos RA 24108742	23/01/2024	RI 01/24

2º semestre de 2024

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 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 Superior 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 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, deve 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 do Curso 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.
- Portaria Normativa MEC n. 23/2017 Dispõe sobre o fluxo dos processos de credenciamento e reconhecimento 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 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
- 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
- Resolução nº 07, de 18 de Dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para Extensão na Educação Superior.
- Resolução CNE/CP nº 1, de 5 de janeiro de 2021, que define as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica
- Edital de competências e conteúdos para o ENADE PORTARIA Nº 285, DE 30 DE JUNHO DE 2022

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) 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.

A oferta na modalidade a distância

A tendência de crescimento dos cursos na modalidade a distância vem se confirmando a cada ano. Dados do Censo da Educação Superior 2019, divulgados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) e pelo Ministério da Educação (MEC), mostra que, em 2019, pela primeira vez na história, o número de ingressantes em cursos de EaD ultrapassou a quantidade de estudantes que iniciaram a graduação presencial, na rede privada. Ao todo, 50,7% dos alunos que ingressaram em instituições privadas optaram por cursos de EaD.

Quando se trata do acesso dos alunos à graduação ao longo da última década, uma nova configuração da educação superior brasileira se mostra ainda mais evidente. O levantamento aponta que, entre 2009 e 2019, o número de matrículas em cursos a distância aumentou 378,9%. Ingressantes em cursos de EaD correspondiam a 16,1% do total de calouros, em 2009. Em 2019, esse público representou 43,8% do total de estudantes que iniciaram a educação superior. Ao mesmo tempo, nessa década, houve um aumento de 17,8% dos que optaram por cursos presenciais para iniciar a graduação.

Com as mudanças impostas pela pandemia, confirmou-se um crescimento no uso das tecnologias como meio de aprendizagem. Impulsionando uma mudança de mentalidade dos alunos, bem como gestores e professores, em relação ao ensino remoto.

Coerente às evoluções tecnológicas e sociais, a oferta do curso de Gestão em Recursos Humanos pela Faculdade Flamingo, também na modalidade a distância estende seus serviços para uma demanda de alunos que buscam a flexibilidade de espaço e tempo, com custos logísticos e de mensalidade mais acessíveis.

Contextualização regional

A Faculdade Flamingo está localizada na cidade de São Paulo, no Estado de São Paulo, com mais de 44 milhões de habitantes, São Paulo é o estado mais populoso do Brasil e a terceira unidade política mais populosa da América do Sul. Sua população é uma das mais diversificadas da nação.

Considerada a 4ª maior cidade do mundo, a cidade de São Paulo, nela os setores de educação, indústria, serviços e comércios apresentam um vasto campo de empreendimentos.

A economia de São Paulo forma o maior Produto Interno Bruto (PIB) municipal do Brasil, sendo considerada a 14ª cidade mais globalizada do planeta, recebendo a classificação de cidade global Alfa pela GaWC – Globalization and World Cities Study Group & Network. Segundo previsões, será em 2025, a 6ª cidade mais rica do planeta. É a única cidade brasileira e latino-americana a figurar entre os 50 municípios que têm as maiores expectativas de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) até o ano de 2030, de acordo com estudos desenvolvidos pela Oxford Economics. O estudo também aponta que São Paulo “avançará entre os maiores mercados de consumo, saltando em 2030 da 27ª para 14ª posição no segmento de alta renda e ficando com o 6º lugar entre as famílias de classe média – atualmente, a cidade ocupa a 4ª posição” (1Fonte: Secretaria Especial de Comunicação. “São Paulo é a única cidade latino-americana no ranking dos 50 maiores crescimentos econômicos até 2030. Publicada em 16:09 05/02/2016. Disponível em <http://capital.sp.gov.br/noticia/sao-paulo-e-unica-cidade-latino-americana-em>. Consultado em 26/03/2017).

De acordo com os dados apresentados pelo Seade (fundação vinculada à Secretaria da Fazenda e Planejamento), em 2022 a cidade de São Paulo possuía os seguintes números:

População total	11.960.216
População masculina	5.699.745
População feminina	6.260.471

Grau de urbanização (%)	99,1
Densidade demográfica (hab./km2)	7.862,9

Fonte: <https://www.seade.gov.br/> – 2022

Um dos maiores centros financeiros do Brasil e do mundo, São Paulo passa por transformações em sua economia. Durante muito tempo a indústria constituiu uma atividade econômica bastante presente no município. Porém, São Paulo tem atravessado nas últimas três décadas uma clara mudança em seu perfil econômico: de uma cidade com forte caráter industrial, o município tem cada vez mais assumido um papel de cidade terciária, polo de serviços e negócios para o país.

A maior parcela da receita do município é derivada do Setor Terciário, que representa o comércio e os serviços. "A cidade de São Paulo abriga também grandes centros comerciais varejistas, que atraem pessoas de todo o país para fazer compras, sejam consumidores, sejam comerciantes de outras localidades."

A Prefeitura de São Paulo, no segundo semestre de 2023, abre vagas em concursos públicos com salários representativos (entre 2.800 e 8.500). Além disso, o Programa de empregos para mães na rede municipal de ensino foi ampliado para 7.000 vagas, neste semestre. (Disponível em: <https://www.capital.sp.gov.br/>. 2023)

A Faculdade Flamingo está localizada na zona oeste da cidade de São Paulo, região que possui um dos melhores Índices de Desenvolvimento Humano (IDH) da cidade e ótima infraestrutura urbana. A região oeste abriga crescente parque industrial, grande parcela do Setor Terciário, representada por extensa rede de comércio e onde se multiplicam estabelecimentos prestadores de serviços, caracteriza-se como um campo propício para técnicos competentes e profissionais variados que são absorvidos pelo seu mercado de trabalho, em constante expansão e ávido de recursos humanos de qualidade compatíveis com seu desenvolvimento e grandeza.



Figura 1- Localização da Faculdade e regiões no entorno

A região da Lapa ocupa a 11ª posição dentro do Município de São Paulo e tem o IDHM 0,941, considerado muito elevado, conforme figura.

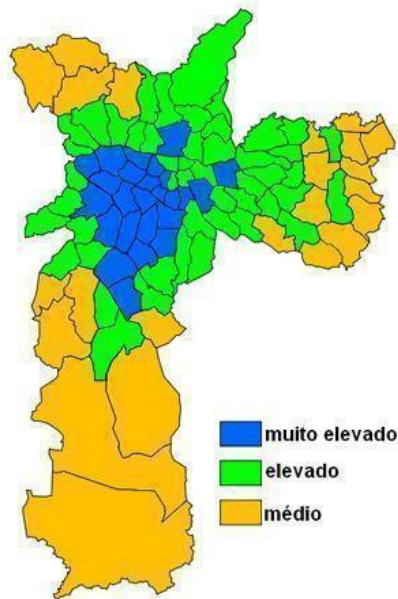


Figura 2- Índice de desenvolvimento humano do Município de São Paulo

Localizada no bairro da Lapa, é atendida pelas linhas 7 e 8 da CPTM. É servida de uma rede de transportes que interliga a região com todas as outras que integram a Grande São Paulo, como o terminal de metrô e ônibus da Barra Funda e terminal de trem e ônibus da Lapa.

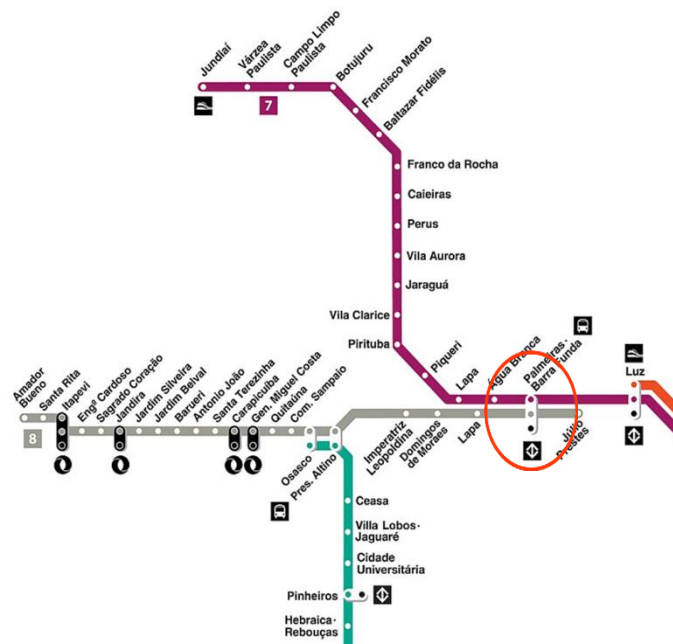


Figura 3 - Linhas CPTM - indicando a localização as estações no entorno da Faculdade Flamengo

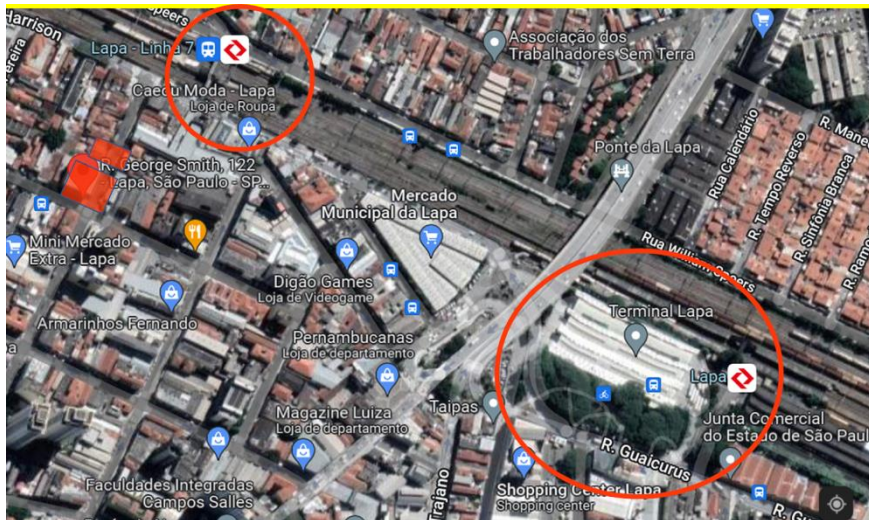


Figura 4 - mapa de satélite - indicando a localização da Faculdade e as estações Lapa Rubi e Diamante - valorizando a facilidade de acesso

Praticamente a totalidade dos alunos, na modalidade Presencial, da Faculdade Flamingo é usuário do transporte público, beneficiando-se da facilidade de acesso à malha de ônibus, trem e metrô. O mesmo acontece com os alunos da modalidade EAD, moradores em São Paulo, quando desejam acessar a infraestrutura da unidade física, inclusive para a realização das provas.

Local de Moradia dos Discentes

Os alunos da Faculdade Flamingo são usuários e moradores da Lapa, local onde está a Faculdade, e dos bairros próximos, como sinalizados no mapa abaixo.

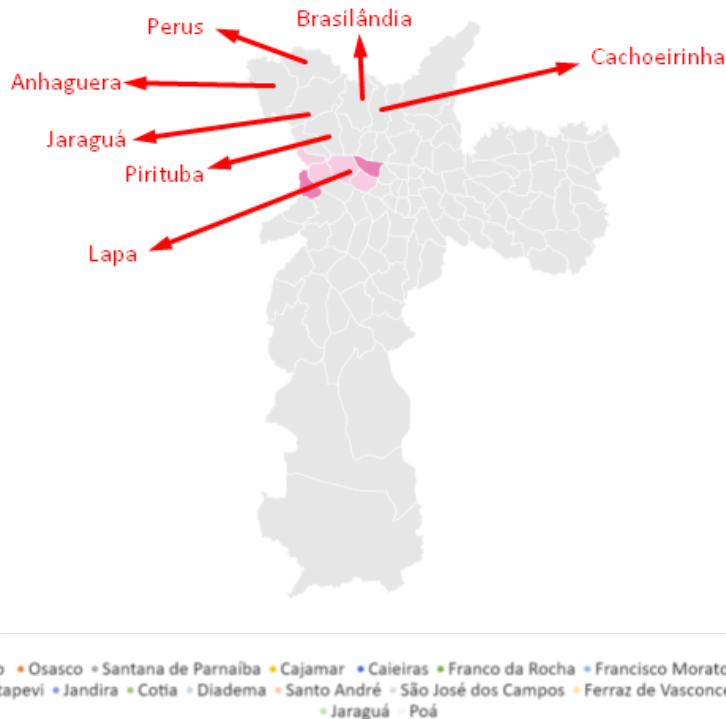


Figura 5 – Cidades onde os discentes moram

Perfil socioeconômico dos Discentes

Os alunos da Faculdade Flamingo enquadram-se com renda familiar, em sua maioria, entre as classes E, D e C.

Muitos estão entre os primeiros membros da família a concluírem o ensino superior.

Percebem-se diferenciações de renda pessoal conforme o nível e modalidade de ensino. Na graduação, modalidade EAD, encontra-se grupo de alunos com renda mais baixa e encontram nesta modalidade valores de mensalidade mais baixos.

Neste contexto, associado a um programa de benefícios, com facilidades de acesso e permanência aos seus diferentes cursos superiores, a Faculdade Flamingo assume seu compromisso para com o desenvolvimento regional e a promoção social. Coerente com sua proposta pedagógica, a Faculdade Flamingo apresenta políticas de inclusão social com o objetivo principal de proporcionar condições de acesso ao ensino superior a grupos historicamente discriminados, tendo como perspectiva básica os direitos e as oportunidades iguais para todos os cidadãos.

Dados de pesquisa realizada pelo Semesp (<https://www.semesp.org.br>) revelaram que 93% dos profissionais que frequentaram IES privadas, 72% receberam acréscimo salarial após sua graduação.

Diante desse contexto, o Curso de Tecnologia em Marketing da Faculdade Flamingo vem preencher a demanda de vagas que buscam profissionais qualificados. Em particular, a Zona Oeste da cidade de São Paulo, local onde se encontra a Unidade Acadêmica da Faculdade Flamingo, apresenta alto índice de empresas e de oportunidades de trabalho.

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.

Acompanhamento do Desenvolvimento Profissional do Aluno e Egresso

Com o propósito de avaliar a qualidade de formação do curso, de acordo com o perfil do egresso traçado, o curso, em parceria com a CPA, programa pesquisas de avaliação de satisfação do alunado em relação ao curso e dados sobre sua trajetória profissional. De preferência, as avaliações devem ser programadas com periodicidade anual.

Ao aluno egresso do curso são organizadas pesquisas e eventos de reaproximação à Instituição com a mesma finalidade. No ato da colação de grau, o egresso atualiza seus dados de contato, facilitando a comunicação da IES.

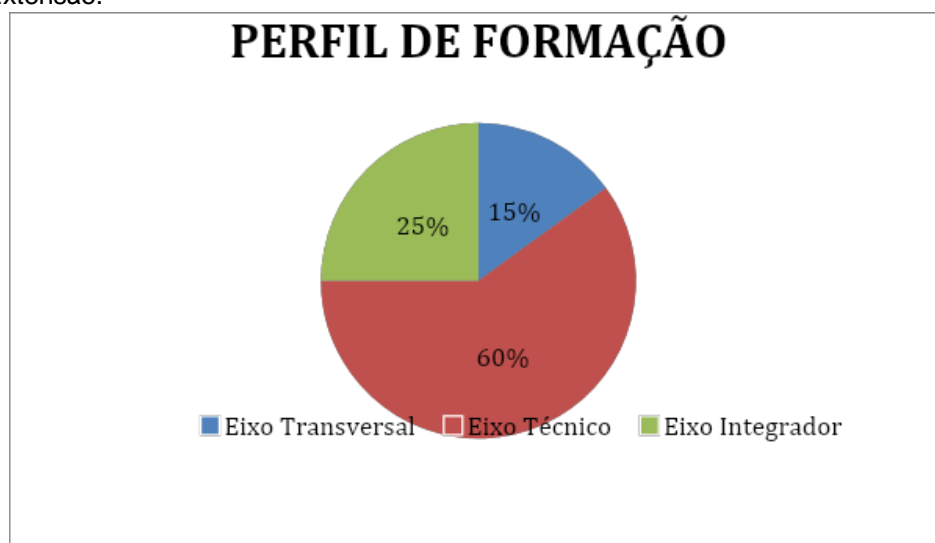
ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA DO CURSO

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.

O Curso está estruturado com carga horária total de 1600 horas (em hora-relógio), sendo, para a modalidade presencial, 20% no formato EAD (ensino a distância).

Está dividido em quatro módulos, com 960 horas voltadas ao Eixo Técnico, 240 horas voltadas ao Eixo Transversal, que abarca os componentes de apoio pedagógico em matemática e língua portuguesa, 400 horas voltadas para o Eixo Integrador, que abarca os componentes de Projeto Integrador e Programa de Extensão.



O Eixo Técnico abarca os conteúdos, competências e habilidades essenciais à formação de um Gestor de Marketing

O Eixo Integrador abarca os Projetos Integradores e o Programa de Extensão.

Quanto aos componentes Projetos Integradores, tem como finalidade desenvolver atividade que integre e contextualize os conteúdos-chaves das disciplinas de formação do módulo.

Para a modalidade Presencial, 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.

Quanto aos programas de Extensão têm o objetivo de ampliar a atuação da faculdade para além das salas de aula, articulando a prática do conhecimento científico do ensino e da pesquisa com as necessidades da comunidade onde se insere, interagindo e transformando a realidade social. Com base na Resolução nº 07, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para Extensão na Educação Superior a carga horária oferecida equivale a pelo menos 10% da carga horária total do curso.

O Eixo Transversal abarca os componentes do Apoio Pedagógico e Humanidades.

Quanto ao apoio Pedagógico, é 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.

Quanto ao componente Humanidades, são disciplinas relacionadas diretamente às competências e habilidades comuns e essenciais ao profissional do século XXI.

Para a modalidade Presencial, as disciplinas desse eixo têm carga horária ofertada 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.

Cada módulo agrupa um conjunto de competências sob um viés de formação 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 disciplinas do Eixo Técnico,
- com disciplinas do eixo Transversal,
- com Projeto Integrador ou Programa de extensão

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 - Matriz Curricular do curso

	CODDIS23-1		Ch pres	Ch EAD	Ch Total
Planejamento	DIANSISTEM060	Diagnóstico Estratégico e Análise Sistêmica	60		60
Planejamento	SIINGER060	Sistemas de Informações Gerenciais	60		60
Planejamento	GEANACUST060	Gestão e Análise de Custos	60		60
Planejamento	VIMERC060	Visão de Mercado	60		60
Operações	GEFINANC060	Gestão financeira	60		60
Operações	GEOPERA060	Gestão de Operações	60		60
Operações	GEPROJE060	Gestão de Projetos	60		60
Operações	LITREQUI060	Liderança e Trabalho em Equipe	60		60
Mercado e Marketing	COCOCONSU060	Comportamento de Compra e Consumo	60		60
Mercado e Marketing	GEMARCAS060	Gestão de Marcas	60		60
Mercado e Marketing	GEMERCADOL060	Gestão Mercadológica	60		60
Mercado e Marketing	PLTEVENDAS060	Planejamento e Técnicas de Vendas	60		60
Empreend.e Inovação	GEINOVACAO060	Gestão da Inovação	60		60
Empreend.e Inovação	PEMERCADO060	Pesquisa de Mercado	60		60
Empreend.e Inovação	PLNEGOCIO060	Plano de Negócios	60		60
Empreend.e Inovação	RESOCIAIS060	Redes Sociais	60		60
Empreend.e Inovação	PRINTEMPIN100	Projeto Integrador Empreendedorismo e Inovação	40	60	100
Extensão	PREXTENSAOI100	Programa de Extensão I	100		100
Extensão	PREXTENSAOII100	Programa de Extensão II	100		100
Extensão	PREXTENSAOIII100	Programa de Extensão III	100		100
Apoio Pedagógico	LINGPORT1040	Apoio Pedagógico em Língua Portuguesa Intro	40		40
	LINGPORT	Apoio Pedagógico em Língua Portuguesa II		40	40
	MATEMAT1040	Apoio Pedagógico em Matemática Intro	40		40
	MATEMATIC	Apoio Pedagógico em Matemática II		40	40
Transversal	HUMANIEmoc	Humanidades - Inteligência Emocional		20	20
	HUMANFlexib	Humanidades - Flexibilidade Cognitiva e Resolução de Problemas		20	20
	HUMANCriativ	Humanidades -Criatividade e Inovação		20	20
	HUMANEtica	Humanidades - Ética e cidadania		20	20
	HUMANFilo	Humanidades - Filosofia, Sociologia e Antropologia			
	SUSTLOGREV020	Humanidades - Sustentabilidade e Logística Reversa			
		CH total do Curso	1.380	220	1.600
Optativa	LIBRAS060	**** Disciplina de Libras Optativa			60

A matriz curricular do curso está organizada em módulos semestrais sem pré-requisitos entre si, podendo ser cursados em qualquer ordem. Aos alunos que ingressaram no curso no 2o semestre de 2022 e em semestres anteriores, integrar-se-ão à matriz atualizada mediante validação de conteúdo compatível de disciplinas já cursadas. Os Projetos Integradores não mais presentes na matriz, com situação de aprovado, serão considerados equivalentes aos Projetos de Extensão.

Para os alunos que cursarem as disciplinas, sem aproveitamento de estudos, seguirão as orientações de composição do módulo conforme abaixo:

Para os ingressantes a partir do 1o semestre de 2023, no primeiro ano do curso serão ofertados os componentes de Português e Matemática Introdutório, com 40 horas, um em cada semestre letivo. A carga horária restante do Apoio Pedagógico será ofertada na modalidade EAD entre o 3o e o 4o módulos.

Os componentes do Eixo Transversal Humanidades serão ofertados na modalidade EAD, 20h, nos quatro módulos do curso. O aluno poderá escolher quatro componentes entre a relação de componentes Transversais ofertados pela IES ao longo do curso.

Os Projetos de Extensão, no total de três componentes, serão ofertados nos módulos em que não há a oferta do Projeto Integrador. Para o cumprimento dos Projetos de Extensão, o aluno deverá atender ao Regulamento Próprio, entregando ao professor supervisor responsável, os Comprovantes de Atividades.

Ao concluir cada módulo, quando as disciplinas técnicas estiverem agrupadas como apresentada na matriz, o aluno receberá certificado intermediário de competências adquiridas.

O curso tem duração mínima de 2 anos e ao concluinte é conferido o título de Tecnólogo em Marketing.

6.2. Representação gráfica de um perfil de formação com a disposição dos componentes dos eixos de apoio pedagógico, transversal, integrador e extensão

A matriz a seguir é um exemplo de como as disciplinas obrigatórias podem ser cumpridas para alcançar a formação em Marketing, levando-se em conta o semestre ideal no qual devem ser cursadas, lembrando que o aluno possui liberdade para percorrer as disciplinas do curso de acordo com seu momento acadêmico ou a oferta do módulo.

Curso de Tecnologia 1600h - Marketing				
1o sem	2o sem	3o sem	4o sem	Ch
AP Intro Port / AP Intro Mat		AP II Port / APII Mat		160
4 módulos técnicos: PLAA+PE, OPEA+PE, EMPA+PI, MCMKT+PE				
Hum	Hum	Hum	Hum	80
				1600
Libras (opcional)				60

Legenda			
Sigla	Módulo	Disciplina	aluno pode cursar entre
AP intro	Apoio Pedagógico Introdutório	Língua Portuguesa Intro	1o ao 2o sem
		Matemática Intro	1o ao 2o sem
AP II	Apoio Pedagógico II	Língua Portuguesa II	3o ao 4o sem
		Matemática II	3o ao 4o sem
PLAA	Planejamento	Diagnóstico Estratégico e Análise Sistêmica	1o ao 4o sem
		Sistemas de Informações Gerenciais	
		Gestão e Análise de Custos	
		Visão de Mercado	
	PROG EXTENSÃO	PROG EXTENSÃO	
OPEA	Operações	Gestão financeira	
		Gestão de Operações	
		Gestão de Projetos	
		Liderança e Trabalho em Equipe	
	PROG EXTENSÃO	PROG EXTENSÃO	
EMPA	Empreendedorismo e Inovação	Gestão da Inovação	
		Pesquisa de Mercado	
		Plano de Negócios	
		Redes Sociais	
	PROJ INTEGRADOR	Projeto Integrador Empreendedorismo e Inovação	
MCMKT	Mercado e Marketing	Comportamento de Compra e Consumo	
		Gestão de Marcas	
		Gestão Mercadológica	
		Planejamento e Técnicas de Vendas	
	PROG EXTENSÃO	PROG EXTENSÃO	
Hum	Humanidades	Humanidades - Inteligência Emocional	4 disciplinas desta relação - entre 1o e 4o sem
		Humanidades - Flexibilidade Cognitiva e Resolução de Problemas	
		Humanidades - Criatividade e Inovação	
		Humanidades - Ética e cidadania	
		Humanidades - Filosofia, Sociologia e Antropologia	
		Sustentabilidade e Logística Reversa	

6.3 Conceção 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 preveem 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 obrigatório constante 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 Sustentabilidade e Logística Reversa, 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 não é obrigatório. O caráter opcional apoia-se na percepção institucional de que a obrigatoriedade conflitaria com a disponibilidade dos alunos trabalhadores e dificultaria a conclusão do curso em dois anos.

6.3.6 Estágio Curricular Supervisionado

De acordo com o Projeto do Curso o estágio é atividade não obrigatória para a integralização do curso.

De qualquer forma, a Instituição dispõe de equipe designada para atender ao acompanhamento dos estágios supervisionados não obrigatórios conforme descrito em regulamento próprio intitulado “Estágio supervisionado não obrigatório para a integralização do curso” e regulamentado sob a Lei N.º 11.788, de 25 de setembro de 2008.

6.3.7 Extensão

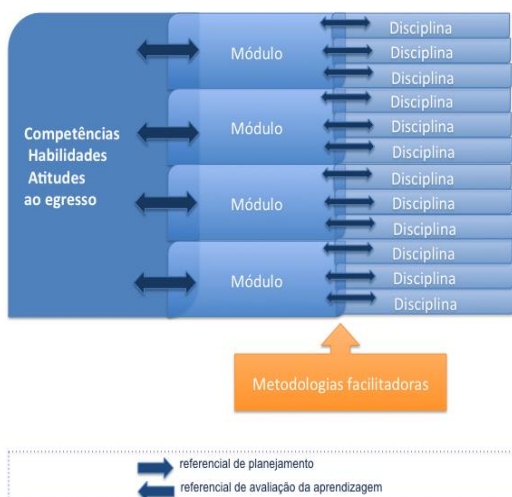
Planejadas pelo NDE com a contribuição do Colegiado de Curso atendendo aos objetivos e perfil traçado do egresso e as demandas percebidas na comunidade.

Em atenção à LEI N° 13.005/2014 que aprova o Plano Nacional de Educação, especificamente à meta, 12.7, que objetiva “assegurar, no mínimo, 10% (dez por cento) do total de créditos curriculares exigidos para a graduação em programas e projetos de extensão universitária, orientando sua ação, prioritariamente, para áreas de grande pertinência social” e a Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018 , que “Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e dá outras providências”, a Faculdade Flamingo compreende a atividade de Extensão como parte indispensável do tripé formativo acadêmico-profissional e que permite uma interação dialógica com a sociedade e, conseqüentemente, possibilitando a troca de saberes institucionalizados, acadêmicos e populares.

Observando os preceitos legais que ancoram o tema e atenta à formação crítica, por consequência emancipatória dos discentes, a curricularização da extensão, alinhada ao Projeto Pedagógico do curso permite ao estudante a ampliação de seu engajamento social por meio da interação com a comunidade a qual a IES está inserida. As atividades da Faculdade Flamingo estão apresentadas em regulamento próprio.

6.3.8 Seleção de Conteúdos

Além de um posicionamento metodológico, é imprescindível a seleção dos conteúdos curriculares de forma coerente aos objetivos traçados para o curso que prevê a efetiva inter-relação entre as disciplinas. Os conteúdos são selecionados tendo em vista a formação geral traçada pelas diretrizes curriculares para a formação de um profissional e a formação específica ao perfil do egresso do curso, pautado nas necessidades do mercado e sua atualização considerando o avanço científico-tecnológico.



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 E ANÁLISE SISTÊMICA - carga horária: 60h

Ementa

Apresentar a importância do diagnóstico estratégico e análise sistêmica no desenvolvimento da estrutura organizacional e suas aplicações, em especial na Gestão Empresarial; a evolução das principais Teorias da Administração, da abordagem clássica até a abordagem sistêmica das organizações. Identificar e analisar o negócio, as diretrizes organizacionais, o ambiente externo (macroambiente e ambiente setorial), as ameaças e oportunidades (ambiente externo), as forças e fraquezas (ambiente interno) e analisar cenários. Elucidar sobre o uso de ferramentas/práticas utilizadas para desenvolver uma análise completa da organização, para que seja possível ter uma visão sistêmica da vida organizacional. Abordar a implementação das estratégias por meio da definição dos objetivos estratégicos e respectivos indicadores de desempenho, metas e planos de ação, bem como do controle e aprendizado do processo estratégico.

Competências e Habilidades

Desenvolvimento de uma visão crítica, para que na participação da gestão de uma organização, seja possível questionar métodos e processos estratégicos, além de capacitar a encontrar respostas adequadas para tais questionamentos. 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, análise e implementação do 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. Investigação das funções administrativas e as tendências futuras de gestão, de forma a ser capaz de manter as organizações competitivas no cenário contemporâneo.

Conteúdo Programático

Teorias da Administração: da Abordagem Clássica a Abordagem Sistêmica
O Cenário Competitivo do Século XXI

Estratégia Empresarial

Diagnóstico estratégico: Introdução e elementos das empresas

Análise do Ambiente Interno

Análise do Ambiente Externo

Visão Sistêmica: Ferramentas indicadas para estratégias

Compreensão de um problema - o que se quer compreender

Cultura Organizacional

Planejamento Estratégico

Implementação da estratégia com a análise sistêmica

Balanced Scorecard (BSC)

Bibliografia Básica

AAKER, David A.; HAAGI, Martin Albert. **Administração estratégica de mercado**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANSOFF, H. Igor. **A Nova Estratégia Empresarial**. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 1991.

CERTO, Samuel C. PETER, JP. **Administração Estratégica. Planejamento e implantação estratégica**. São Paulo. Pearson, 2010.

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão Estratégica**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

HITT, M. A., IRELAND, R, D., HOSKISSON, R.E. **Administração Estratégica: competitividade e globalização**. Tradução de Eliane Kanner e Mª Emília Gutilla. 2ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10ª Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LACOMBE, F.J.M. **Administração**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração**. São Paulo: Atlas, 2012.

ZACCARELLI, Sérgio B. **Estratégia e Sucesso nas empresas**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Bibliografia Complementar

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

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

CAGGY, Ricardo Costa. BENEVIDES, Tania Moura. **Strategic Canvas: conduza a estratégia do seu negócio por caminhos dinâmicos e criativos de forma inovadora**. Rio de Janeiro. Alta Books, 2018.

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

HERRERO, E. **Balanced scored e a Gestão estratégica: uma abordagem prática**. RJ: Alta Books, 2017.

MINTZBERG, Henry e QUINN, James B. **O Processo da Estratégia**. 3ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva: criando e sustendo um desempenho maior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PEREZ JÚNIOR, José Hernandez. **Gestão estratégica de custos**. São Paulo: Atlas, 2003

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

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

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

Elaborado/Revisado por: Professor (a) Elida Pereira Macedo

em: 11/11/2022

Deferido pelo NDE em Novembro/2022.

SISTEMA DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS - carga horária: 60h

Ementa: Entender a importância de um Sistema de Informações Gerenciais para as organizações, com vistas a atingir seus objetivos empresariais com eficácia e eficiência, maximizando a rentabilidade financeira e a vantagem competitiva. Sistemas empresariais básicos. Sistemas de Informação Gerencial (SIG). Sistemas de Apoio à Decisão (SAD). Sistemas de Informações Executivas (SIE). Comércio e Negócios Eletrônicos. Tecnologias atuais em SI. Levantamento de necessidades de informação. Solução de problemas com SI. Níveis de abrangência e de influência dos SI. Banco de dados e sua aplicação nas decisões sobre os recursos humanos (inclusive monitoramento). Questões éticas relacionadas aos SI. Gestão estratégica e uso das informações. Telecomunicações e redes. Segurança e controle em SI. Metodologia para planejamento e implementação de um SIG

Competências e Habilidades

Desenvolver visão sobre a gestão da informação e suas dimensões (operacional, tática e estratégica), mediante as possibilidades de emprego da Tecnologia da Informação (TI) e seus impactos nas organizações (negócios, processos e pessoas). Entender o funcionamento e classificar os principais SI. Discutir a qualidade e a segurança da informação nas organizações. Identificar os principais desafios da administração para construir e usar os SI nas organizações. Identificar as formas de uso dos SI na obtenção da qualidade em suas operações, produtos e serviços. Identificar as questões éticas e sociais relacionadas com os SI. Entender a importância da gestão dos SI para uma boa prática gerencial (tecnologia adequada). Estabelecer a infraestrutura de informática necessária para implantação de SI. Conhecer uma metodologia para implantação de SI na organização;

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

FUNÇÕES GERENCIAIS versus SI:

- Conceitos de dados, informação e conhecimento.
- Eficácia e Eficiência Empresariais (objetivos, decisões e recursos).
- Introdução a teoria da decisão e a tomada de decisão nas organizações com o uso dos SI.
- Visão Sistêmica das Empresas. Processos, organizações e cultura organizacional.

INTRODUÇÃO AOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO NAS EMPRESAS:

- A importância dos SI para a gestão empresarial.
- A TI como apoio aos SI.
- Conceitos de Sistemas e seus tipos.
- Componentes dos SI. Exemplos de SI e Propósitos.
- Infraestrutura de TI (software, dados, hardware, redes).

OS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO PARA AS OPERAÇÕES DAS EMPRESAS:

- Os SI nos negócios – Era Digital.
- Conquistando excelência operacional e intimidade com o cliente - aplicações integradas.
- SI: interfuncional, de marketing, industrial, de recursos humanos, contábil e financeiro (operacionais, gerenciais, executivos).
- ERP, CRM, BI, BSC, e-business Global e Colaboração.
- Comércio eletrônico- mercados digitais, mercadorias digitais.

SOLUÇÕES COM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO:

- Entendimento e análise de uma RFP (*Request for Proposal*).
- Desenvolvimento de soluções, Análise e Projeto de Sistema: como desenvolver SI e gerenciar projetos.
- Administração da mudança (mudança organizacional).

SEGURANÇA E QUALIDADE NOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO:

- Importância da segurança.
- Controles necessários. Questões éticas e sociais nos sistemas de informação.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

CRUZ, Tadeu. Sistemas, métodos e processos: administrando organizações por meio de processos de negócios. São Paulo: Atlas, 2003. / LAUDON, Kenneth C, LAUDON, Jane P. Sistemas de Informação Gerenciais. 11.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

O'BRIEN, James A. Sistemas de Informação e as decisões gerenciais na era da Internet. São Paulo: Saraiva, 2002.

ROSINI, Alessandro Marco e PALMISANO, Ângelo. Administração de sistemas de informação e gestão do conhecimento. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

SOUSA, Sérgio. Tecnologias de Informação. Rio de Janeiro: Brasport, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BATISTA, Emerson de Oliveira. Sistemas de Informação: O uso consciente da tecnologia para o gerenciamento. São Paulo: Saraiva, 2012 / CRUZ, Tadeu. Sistemas de informações gerenciais: Tecnologias da informação e a empresa do século XXI. São Paulo: Atlas, 2015.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. Governança corporativa na prática. São Paulo: Atlas, 2011.

PADOVEZE, Clóvis Luis. Sistemas de informações contábeis: fundamentos e análise. São Paulo: Atlas, 2009.

YIN, R. Estudo de Caso – Planejamento e Métodos. 3. ed. São Paulo: Bookman, 2005.

VISÃO DE MERCADO - carga horária: 60h**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. Identificar o que está acontecendo dentro de determinado segmento de mercado e suas áreas adjacentes, observando quais caminhos estão sendo tomados por quem vem obtendo sucesso e quais as ações necessárias para se manter competitivo em relação à concorrência.

Competências e Habilidades

- 1- Compreender o cenário econômico-político-social, em especial, no que tange à gestão financeira dos diversos agentes econômicos;
- 2- Vislumbrar os diferentes nichos de atuação no mercado;
- 3- Analisar estratégias entre empresas concorrentes e o contexto do mercado;
- 4- Elaborar cenários a longo prazo com ênfase na educação financeira micro e macro;

Conteúdo Programático

1. Economia Micro e Macro – O Mercado
2. As variáveis que influenciam na economia – A Inflação
3. Os segmentos de atuação no mercado e as estratégias entre as concorrentes
4. O comportamento do consumidor
5. O Mercado de trabalho
6. O bem estar-social
7. Os mercados globais
8. O balanço de pagamentos
9. A economia brasileira contemporânea
10. Perspectivas para a economia global e brasileira
11. Educação e gestão financeira – Economia doméstica

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

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.

Elaborado/Revisado por: Professor (a)

Said Yusuf Abu Lawi

em: 11/11/2022

Deferido pelo NDE em Novembro/2022

GESTÃO E ANÁLISE DE CUSTOS - carga horária: 60h

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 – Activity Based Costing; 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;
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.
7. Análise de Custo – Volume – Lucro
 - 7.1 Margem de contribuição;
 - 7.2 Ponto de equilíbrio;
 - 7.3 Ponto contábil, econômico e financeiro;
 - 7.4 Margem de segurança;
8. Custos – Conceitos Adicionais.
 - 8.1 Critérios para avaliação de estoques;
 - 8.2 Custeio por ordem e custeio por processo;
 - 8.3 Custos conjuntos.

Laboratório

Laboratório de Informática – Análise de Investimentos – Software Comdinheirolight

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.

MÓDULO OPERAÇÕES

GESTÃO FINANCEIRA - carga horária: 60h

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.

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 Conceito, definições e objetivos da gestão financeira
 - 1.2 Relações de Agência e suas implicações
2. Fundamentos, técnicas de análise e gestão financeira
 - 2.1 Os demonstrativos financeiros e o fluxo de caixa
 - 2.2 Dados financeiros modificados para tomada de decisões
 - 2.3 Análise das variáveis que influenciam a tomada de decisão;
 - 2.4 Conceito de liquidez
 - 2.5 Conceito de rentabilidade
 - 2.6 Análise e interpretação das alterações quantitativas do patrimônio líquido
 - 2.7 Análise e verificação de indicadores combinados
3. Gerenciamento do capital de giro
 - 3.1 Fundamentos do Capital de Giro Líquido
 - 3.2 Capital de giro líquido (CGL)
 - 3.3 Necessidade de capital de giro (NCG)
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.

Elaborado/Revisado por Prof. José Luiz de Campos
Deferido pelo NDE em Novembro/2022

em 11/11/2022

GESTÃO DE OPERAÇÕES - carga horária: 60h**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: 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; Desafios Ambientais e de Sustentabilidade nas Organizações;

- Organograma empresarial; Responsabilidade; Departamentalização: Estudo de casos de Estrutura Organizacional; Organização e Estrutura da Empresa

Funções da empresa: O Papel do Marketing nas Organizações; 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, Djalma 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.

Elaborado/Revisado por: Professor (a) OSMAR MITSUO SAITO

em: 11/11/2022

Deferido pelo NDE em Novembro/2022

GESTÃO DE PROJETOS - carga horária: 60h

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

- 1- Reconhecer as oportunidades e condições para a proposta de projetos;
- 2- Entender o ambiente de projetos;
- 3- Definir os objetivos e o escopo de projetos;
- 4- Planejar projetos; detalhar os insumos e os produtos de projetos;
- 5- Controlar o andamento de projetos;
- 6- Documentar e comunicar os resultados de projetos;
- 7- Avaliar os resultados de projetos;
- 8- Finalizar e apresentar projetos;
- 9- Capacitar-se para atuar como Gerente de Projetos.

Conteúdo Programático

1. Introdução à Administração de Projetos
 - Aplicações, desafios e oportunidades
 - Conceitos e Definições
 - Estratégias de projetos
 - Estruturas organizacionais
2. Processos do Gerenciamento de Projetos
 - Ciclo de vida
 - Processo de iniciação
 - Processo de planejamento
 - Processo de execução
 - Processo de controle
3. Gestões do Gerenciamento de Projetos
 - 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
 - Elementos do Conhecimento e Experiência
 - Atitudes pessoais
5. Escritório de Projetos
6. Competência e carreira em Gerenciamento de Projetos
7. Certificação em Gerenciamento de Projetos
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.
VARGAS, Ricardo Viana. Análise de valor agregado em projetos. São Paulo: Brasport, 2002

LIDERANÇA E TRABALHO EM EQUIPE - carga horária: 60h**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. Entender os modelos de liderança, tipos de liderança e de líderes nas organizações. UNIDADE II- Desenvolvimento de equipes de alto desempenho. Gerar conhecimento sobre a importância do trabalho em equipe para o desenvolvimento organizacional trabalhando o conceito de comportamento organizacional e as observações e experiências de campo da realidade dos alunos. 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, trabalhando a ideia de que o conflito pode ser benéfico quando bem resolvido e gerando valor para as partes envolvidas no processo. 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 como o híbrido o home office além do presencial.

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.
ROSINI, Alessandro Marco; LOPES, Fernando José; LIMA, Jane Nogueira, CAMPOS, Roseli Trevisan (Org.). Liderança: princípios, concepções e práticas organizacionais. Embu das Artes, SP: Alexa Cultural, 2021

MÓDULO MERCADO E MARKETING**COMPORTAMENTO DE COMPRA E CONSUMO - (carga horária: 60h)****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 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. Autoimagem e estilo de vida 9.1 Estilo de vida 9.2 Autoimagem 9.3 As posses e o eu estendido 9.4 Medindo a autoimagem 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 consumidor 12.2 Tomada de decisão nominal 12.3 Tomada de decisão limitada 12.4 Tomada de decisão estendida 12.5 Natureza de reconhecimento do problema 12.6 Problemas do consumidor e marketing 12.7 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.

LOBATO, David Menezes et al. Estratégia de empresas. 8.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

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

Revisão em

em: fev/2020

Deferido pelo NDE em Fevereiro/2020

GESTÃO MERCADOLÓGICA - (carga horária: 60h)

Ementa

Estratégias de marketing. Introdução à pesquisa de mercado. Publicidade, Evolução e ferramentas de marketing, 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. – Planejamento de marketing 2 Evolução do Marketing: Uma breve abordagem - Marketing 1.0, Marketing 2.0, Marketing 3.0 Marketing 4.0 - Marketing 5.0 3 Ferramentas do planejamento de novos negócios e ações de Marketing (Ciclo de vida do produto, análise SWOT, 5 Forças de porter, PDCA, 5W2H, matriz BCG 4 Introdução à pesquisa de mercado. - O problema de pesquisa. - Elementos do projeto de pesquisa. - Dados primários e secundários. - Tipos, metodologias e instrumentos de pesquisa. 5 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. 6 Administração de produtos, marcas e patentes. - O desenvolvimento de novos produtos; gestão de produtos, linhas e marcas. - Brand equity. 7 Design e embalagens. - A relação entre marketing e design. - Embalagem como elemento estratégico do marketing. 8 Marketing 5.0: Estratégias de marketing, transformação digital e aplicabilidade nos negócios 9 Mercado e sustentabilidade. - Conceitos de sustentabilidade e sua relação com o marketing. –

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, Angela da. Marketing: teoria e prática no Brasil. 2.ed. 1999.
YANAZE, MitsuruHiguchi. 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 - (carga horária:60h)**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.

em: 26/01/2022

Elaborado por: Professor (a) João Crescenzo
Deferido pelo NDE em Fevereiro/2022

GESTÃO DE MARCAS - (carga horária:60h)

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 competitivas 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.

SEMPRINI, Andrea. A marca pós moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

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.

GADE, Christiane. Psicologia do consumidor e da propaganda. 1998.

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

Revisão em

em: fev/2020

Deferido pelo NDE em Fevereiro/2020

MÓDULO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

GESTÃO DA INOVAÇÃO - (carga horária: 60h)

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

PEABODY, Bo; PEPE, Elaine (Trad.). Sorte ou talento?: o que realmente faz a diferença para os empreendedores. Riode de Janeiro: Elsevier, 2005.
VON Khogh, Georg. Facilitando a criação de conhecimento: reinventando a empresa com o poder da inovação continua. 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.

Revisão em

em: 26/01/2020

Deferido pelo NDE em Fevereiro/2020

PESQUISA DE MERCADO - (carga horária:60h)**Ementa**

Aborda a pesquisa de mercado, como ferramenta estratégica para a manutenção e o crescimento do negócio das empresas bem como o mapeamento de tendências mercadológicas.

Objetiva estabelecer uma visão geral do contexto do mercado atual e futuro da empresa, entendendo e se antecipando às necessidades e às oportunidades com as quais as empresas se deparam diariamente e as tendências da evolução de mercado.

Competências e Habilidades

Analisar as estratégias de monitoramento da percepção do consumidor, abordando a pesquisa de mercado como ferramenta do processo de decisão, preparando o aluno para a compreensão do posicionamento de uma empresa, seus clientes, seus concorrentes, os vários vetores que influenciarão direta e indiretamente esse mercado e quais as medidas a serem aplicadas para propiciar a alavancagem e sustentabilidade econômica organizacional, diante de novas tendências no mercado globalizado

Conteúdo Programático

1. Conceitos básicos: pesquisa de mercado ou mercadológica
2. Aspectos gerais da pesquisa de mercado
3. Globalização: a pesquisa nas mudanças e tendências mercadológicas
4. Análise e definição de mercado de consumo; o universo e amostra da pesquisa de mercado
5. Planejamento de pesquisa, pesquisa de marketing,
6. Instrumentos, métodos de pesquisa de mercado, tipos de pesquisa de mercado
7. Ferramentas do planejamento de novos negócios e ações de Marketing
8. Marketing: definições, evolução, ambientes do Marketing, plano de Marketing
9. Comportamento dos consumidores, comunicação organizacional
10. Ferramentas de Marketing: Estratégico, Vendas e Digital
11. A pesquisa de mercado no Empreendedorismo
12. A ética na pesquisa de mercado

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 á 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.

Elaborado por: Professor (a) Chirley Costa

em: 26/01/2022

Deferido pelo NDE em Fevereiro/2022

PLANO DE NEGÓCIOS - (carga horária: 60h)**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 Macro ambiente 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.

Revisado

em: 01/02/2020

Deferido pelo NDE em Fevereiro/2020

REDES SOCIAIS - (carga horária: 60h)**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, Angela da. Marketing: teoria e pratica no Brasil. 2.ed. 1999.

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

Revisado

em: 01/02/2020

Deferido pelo NDE em Fevereiro/2020

PROJETO INTEGRADOR EMPREENDEDORISMO

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.

COMPETENCIAS 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.
0. Elaborar projetos
 - Definição da problemática, justificativas, objetivos e hipótese, bases teóricas fundamentais, metodologia, cronograma, custo, orçamentos, materiais e pessoal, resultados esperados.
0. Acompanhar as etapas de execução do projeto
0. Executar e acompanhar todas as etapas do projeto, buscando eventuais falhas.
0. Finalizar um projeto
0. Redigir e avaliar os resultados finais do projeto

Bibliografia Básica

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

Bibliografia Complementar

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 Amalia. 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 APOIO PEDAGÓGICO**LÍNGUA PORTUGUESA INTRODUTÓRIO– Carga Horária: 40 h****Ementa**

Aprimoramento: Compreensão e Produção de textos: caracterização, relação e processo de construção de sentido e estratégias de produção de texto e de leitura de diversas tipologias e gêneros discursivos. Oralidade e Escrita.

Competências

- Compreensão e/ou reconhecimento da língua, das linguagens para a utilização adequada das diversas formas de comunicação verbal e não-verbal dos diferentes gêneros que circulam no cotidiano.
- Compreensão dos procedimentos para uma leitura crítica, para produção de textos orais e escritos, coerentes e coesos, criativos nos diferentes contextos sociais.

Habilidades

- Aprimorar a norma culta da língua portuguesa e utilizá-la adequadamente na produção de textos
- Selecionar, organizar, relacionar e interpretar informações contidas nos diversos tipos de textos para defender ideias e enfrentar situações-problemas de forma crítica e positiva. Produção Textual.

Conteúdo Programático

1. Comunicação, expressão e diversidade linguística
 - 1.1 Leitura crítica: da oralidade às mídias sociais
 - 1.2 Aspectos de Morfossintaxe
 - 1.3 Semântica: texto e textualidade (coesão e coerência)
 - 1.4 Defeitos de texto
 - 1.5 Compreensão de textos do nosso dia a dia
 - 1.6 Formas de composição de textos dissertativos, narrativos e descritivos
2. Elaboração de Textos Escritos: Redação criativa
 - 2.1 Aspectos de pontuação e ortografia
 - 2.2 A arte de argumentar
3. Elaboração de Textos Orais: Técnicas de Apresentação em Público
 - 3.1 Oralidade, postura, gestos, expressões, cores, aromas
 - 3.2 O corpo fala

Bibliografia básica:

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

BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana (Org.). Leitura e Produção textual. São Paulo: Copacabana Books, 2017.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia complementar:

ALMEIDA, Antônio F; ALMEIDA, Valéria S. R. Português Básico- Gramática, Redação, Texto. São Paulo: Atlas, 2008.

ALVES, Adriano. Língua Portuguesa: compreensão e interpretação de texto. São Paulo: Método, 2014.

CUNHA, Celso; CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 2013.

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.

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

LÍNGUA PORTUGUESA II – Carga Horária: 40 h**Ementa**

Linguística textual; Escrita e Leitura de textos; gêneros discursivos; conhecimento de mundo; intertextualidade; condições de produção; intencionalidade.

Competências

Compreensão de como a linguística textual concebe diálogos e aponta desafios e perspectivas para o estudo do texto.

Compreensão de como diferentes estratégias de produção dos textos contribuem para a leitura e compreensão dos diversos textos empresariais.

Compreensão do papel do conhecimento de mundo no processo de formação do leitor fluente.

Habilidades

Saber lidar com a complexidade de diferentes categorizações de textos empresariais que tanto na produção quanto na leitura remetem ao envolvimento entre os atores sociais e constituem um constante dinâmico “jogo de persuasão”, função inerente à própria linguagem.

Ser capaz de elaborar propostas de textos para as mais variadas situações do dia a dia das organizações.

Compreender e explicar o texto empresarial, considerando toda a complexidade que lhe é constitutiva.

Reconhecer a importância da adequação dos gêneros discursivos no processo de comunicação empresarial e ser capaz de utilizá-los.

Conteúdo Programático

1 Escrita e Produção de textos Empresariais

1.1 Estratégias de produção textual

1.2 Intertextualidade

1.3 Condições de Produção

1.4 Conhecimento de Mundo

2 Leitura e Compreensão de textos Empresariais

2.1 Conceitos de Gêneros Discursivos

2.2 Seleção lexical

2.3 Estratégias discursivas

2.4 Aplicação de conhecimentos de produção no processo de leitura e compreensão de textos

3. Redação Empresarial

3.1 Campos e recursos estilísticos

3.2 Sintaxe: concordância e regência

3.3 Semântica: o significado das palavras

3.4 Fonética e fonologia: recursos verbais e não verbais

3.5 Elaboração de documentos escritos e impressos: nas mais diversas mídias digitais

3.6 Compreensão e interpretação de textos

3.7 Linguagem do texto organizacional

3.8 Diretrizes para elaboração de documentos do universo profissional

Bibliografia básica:

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

BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana (Org.). Leitura e Produção textual. São Paulo: Copacabana Books, 2017.

MARTINS, Dileta Silveira; ZILBERKNOP, Lúbia Scliar. Português instrumental: de acordo com as atuais normas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2010.

Bibliografia complementar:

ALMEIDA, Antônio F; ALMEIDA, Valéria S. R. Português Básico- Gramática, Redação, Texto. São Paulo: Atlas, 2008.

ALVES, Adriano. Língua Portuguesa: compreensão e interpretação de texto. SP: Método, 2014.

CUNHA, Celso; CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 2013.

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

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

VANOYE, Francis. Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

EIXO APOIO PEDAGÓGICO - MATEMÁTICA INTRODUTÓRIO - Carga horária: 40h**EMENTA**

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

Reconhecer e resolver problemas envolvendo logaritmos.

Reconhecer e resolver problemas envolvendo juros simples e juros compostos;

Reconhecer e resolver problemas no âmbito dos conceitos de matrizes

COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

Resolver adequadamente problemas envolvendo o conceito de progressão aritmética e progressão geométrica.

Compreender e aplicar os conceitos de logaritmo na resolução de problemas que possibilitem o uso desses conceitos em aplicações diversas nas diferentes áreas do conhecimento.

Diferenciar taxa efetiva de juros simples e composto numa operação de desconto simples e composto com taxa nominal; Identificar problemas de Rendimentos 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.

Compreender e aplicar os conceitos de matrizes na resolução de problemas que possibilitem o uso desses conceitos em aplicações diversas nas diferentes áreas do conhecimento.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Álgebra – Progressão Aritmética e Progressão Geométrica

1. Progressão Aritmética

1.1 Definição e conceitos

1.2 Fórmula do Termo Geral da PA

1.3 Soma dos n 's primeiros da PA

1.4 O método de Gauss para soma dos termos de uma PA

1.5 Interpolação ou meios aritméticos

2. Progressão Geométrica

2.1 Definição e conceitos

2.2 Fórmula do Termo Geral da PG

2.3 Soma dos n 's primeiros termos de uma PG

2.4 Interpolação ou meios geométricos

Introdução Ao Estudo Dos Logaritmos

3. Logaritmo

3.1 Conceitos

3.2 Propriedades e operações

3.3 Mudança de base

3.4 Função logarítmica

3.5 Gráfico da função logarítmica

3.6 Logaritmos decimais

Porcentagem e Conceitos de Juros

4. Porcentagem

4.1 Número índice

4.2 Fator de aumento e redução

5. Juros Simples

5.1 Cálculos de Juros, Capital, Período, Taxa e Montante

5.2 Desconto simples

6. Juros Compostos

6.1 Montante, Capital, Período e Taxa

6.2 Noções de Fluxo de Caixa

6.3 – Pagamentos antecipados e postecipados

Álgebra – Introdução Ao Estudo Das Matrizes

7. Matriz

7.1 Tipos de matrizes (Matriz linha, Matriz coluna, Matriz quadrada e Matriz retangular)

7.2 Determinantes de Matriz quadrada

8. Soluções de situação problema

8.1 Por Regra de Cramer

8.2 Por substituição

8.3 Por Escalonamento

9. Aplicações**Bibliografia Básica**

BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana. *Matemática aplicada à tecnologias e à gestão de negócios*. São Paulo: Copacabana Books, 2017.

MARCONDES, Gentil e Sergio. *Matemática para o ensino médio*. Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997.

PUCINI, Abelardo de Lima. *Matemática financeira e aplicada*. São Paulo, Saraiva, 2001.

SMOLE, Kátia Cristina Stocco. *Matemática: ensino médio*. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

Bibliografia Complementar

KUHNEN, Osmar Leonardo. *Matemática financeira aplicada a análise de investimentos*. São Paulo: Atlas, 1996, 2001.

MIRANDA, Gina Magali Horvath. *Matemática aplicada às tecnologias e à gestão de negócios*. São Paulo: Copacabana Books, 2014./ MORETTIN, Luiz Gonzaga. *Estatística básica: probabilidade e inferência*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2013.

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.

Elaborado por: Professor (a) Francisco Alves de Souza Em 11/11/2022 - Deferido pelo NDE em novembro/2022

EIXO APOIO PEDAGÓGICO**MATEMÁTICA II - Carga horária: 40h****EMENTA**

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

Construção e exploração dinâmica do conceito de limite de uma função, para contribuir na compreensão dos fenômenos que podem ser interpretados através dos dados de uma função.

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.

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

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;

Compreender o conceito de função, construir e analisar gráficos de funções identificando pontos de máximo e mínimo;

Reconhecer a existência, ou não do limite de uma função;

Compreender as definições de limite.

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

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**NOÇÃO DE FUNÇÃO**

1. Relações e Funções; Domínio, Imagem e gráfico de funções;

1.2 Modelagem e resolução de problemas; Função Inversa e Função Composta;

1.3 Definição da exponencial, propriedades, gráficos; Modelagem e resolução de problemas.

1.4 Funções Trigonométricas Definição, Gráficos e Propriedades; Modelagem e Resolução de problemas.

NOÇÕES DE LIMITES

2. Noção Intuitiva de limites

2.1 Valores de f quando $x \rightarrow a$

2.2 Valores de f quando $x \rightarrow \square$

3. Limites laterais

3.1 Valores de f para $x \rightarrow a$ pela direita

3.2 Valores de f para $x \rightarrow a$ pela esquerda

4. Estudo de caso

PROBABILIDADE

5. Possibilidade e probabilidade

6. Experimento aleatório, Espaço amostral, evento

7. Cálculos das Probabilidades

7.1 Probabilidade de não ocorrer um evento

7.2 Probabilidade da união de eventos

7.3 Probabilidades condicional

7.4 Probabilidade da união de eventos

7.5 Probabilidade da intersecção de eventos

7.6 Distribuição Normal ou Gaussiana

ANÁLISE COMBINATÓRIA

8. Fatorial

9. Princípio Fundamental da Contagem

10. Permutações

10.1 Permutações simples

10.2 Permutações de elementos nem todos distintos

10.3 Permutações circulares

11. Arranjos simples

12. Combinações

12.1 Combinações simples

12.2 Combinações completas

Bibliografia Básica:

BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana. *Matemática aplicada às tecnologias e à gestão de negócios*. São Paulo: Copacabana Books, 2017; MARCONDES, Gentil e Sergio. *Matemática para o ensino médio*. Volume único. São Paulo: Ática, 1990, 1991, 1997; PUCCINI, Abelardo de Lima. *Matemática financeira e aplicada*. São Paulo, Saraiva, 2001; SMOLE, Kátia Cristina Stocco. *Matemática: ensino médio*. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

Bibliografia Complementar:

KUHNEN, Osmar Leonardo. *Matemática financeira aplicada a análise de investimentos*. São Paulo: Atlas, 1996, 2001;

MIRANDA, Gina Magali Horvath. *Matemática aplicada às tecnologias e a gestão de negócios*. São Paulo: Copacabana Books, 2014;

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

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

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

EIXO HUMANIDADES**CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO - carga horária: 20 h****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.

TAPSCOTTI, Don. Wikinomis, Como a colaboração em massa pode mudar os eu negócio. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007

EIXO HUMANIDADES - carga horária: 20 h**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 Sciar. 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**FILOSOFIA, SOCIOLOGIA E ANTROPOLOGIA - carga horária: 20 h****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.

Elaborado/Revisado por: Professor (a) Mário Ramires

em: 18/03//2022

Deferido pelo NDE em Março/2022

EIXO HUMANIDADES

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL - carga horária: 20 h

Ementa

A disciplina tem por objetivo o estudo sobre a importância da inteligência emocional nas organizações e suas relações com produtividade pessoal do ambiente de trabalho; objetiva também o desenvolvimento da inteligência emocional como etapa da carreira profissional do aluno.

Visa ampliar o autoconhecimento, propiciando controlar as próprias emoções a favor de tomar as decisões mais acertadas.

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 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.

Elaborado/Revisado por: Professor (a) Liliane Monay

em: 11/11/2022

Deferido pelo NDE em Novembro/2022

EIXO HUMANIDADES

ÉTICA E CIDADANIA - carga horária: 20 h

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 étnico – raciais. São Paulo: Moderna, 2012.

EIXO HUMANIDADES**SUSTENTABILIDADE E LOGÍSTICA REVERSA – Carga Horária: 20 h****Ementa**

Uma visão histórica e os conceitos ambientais emergentes em sustentabilidade. Sustentabilidade e globalização. Mudanças climáticas e biodiversidade. Ética e Cidadania. Desenvolvimento Sustentável; Processos Produtivos e Sustentabilidade. Aspectos Legais da Sustentabilidade. Indicadores de Sustentabilidade. Projetos Sustentáveis. Logística Reversa.

Competências e Habilidades

Conhecer os conceitos de sustentabilidade e sua complexidade no mundo globalizado. Desenvolver o entendimento da importância da Sustentabilidade na Gestão de Negócios. Conscientizar sobre o novo papel atribuído às empresas pela sociedade. Conhecer os acordos internacionais voltados para a promoção da sustentabilidade na gestão empresarial. Conhecer um conjunto de ferramentas para que possa responder às demandas com relação à gestão socialmente e ambientalmente responsável em prol da sustentabilidade. Entender a Logística Reversa pós consumo no contexto da sustentabilidade.

Conteúdo Programático

- 1. Fundamentos da Sustentabilidade**
 - Conceitos básicos e importância
 - Desenvolvimento sustentável
- 2. Legislação e Políticas Ambientais**
 - Principais leis e regulamentações
 - Responsabilidade estendida do produtor
- 3. Gestão de Resíduos e Logística Reversa**
 - Tipos de resíduos e métodos de tratamento
 - Ciclo de vida dos produtos e modelos de logística reversa
- 4. Economia Circular e Inovações**
 - Princípios da economia circular
 - Tecnologias e inovações em logística reversa
- 5. Impactos e Benefícios**
 - Avaliação de impactos ambientais e sociais
 - Estudos de caso e benefícios da logística reversa

Bibliografia Básica

SOUZA, José Giléa de. Desenvolvimento: como compreender e mensurar. Curitiba: Appris, 2018.
JABBOUR, Ana Beatriz Lopes de Souza; JABBOUR, Charbel José Chiappetta. Gestão Ambiental nas Organizações: fundamentos e tendências. São Paulo: Atlas, 2013.
RODRIGUES, Gregório Mancebo; BRANDÃO, Mônica Mansur. Visão da Governança Corporativa: A realidade das sociedades por ações e a sustentabilidade. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

Bibliografia Complementar

YUNUS, Muhammad. Um mundo sem pobreza: a empresa social e o futuro do capitalismo. São Paulo: Ática, 2008.
GOLDSTEIN, Ilana. Responsabilidade Social: das grandes corporações ao terceiro setor. São Paulo: Ática, 2007.
ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2005.
DIAS, Reinaldo. Sustentabilidade: origem e fundamentos; educação e governança global; modelo de desenvolvimento. São Paulo: Atlas, 2015.

Elaborado/Revisado por Profa Maria Gabriela Delphino em 01/08/2024
Deferido NDE em 2º s 2024

PROGRAMA DE EXTENSÃO – CH Total 400h EMENTA

O programa de extensão da Faculdade Flamingo tem como objetivo principal promover a interação entre a instituição de ensino superior e a sociedade, buscando a troca de conhecimentos e experiências, bem como o desenvolvimento de ações que contribuam para o bem-estar e o desenvolvimento das comunidades. Por meio desse programa, as instituições de ensino superior buscam levar o conhecimento produzido na academia para além dos seus muros, atendendo às demandas sociais, culturais, econômicas e educacionais das regiões onde estão inseridas. As atividades de extensão podem incluir projetos político educacional, cultural, científico, tecnológicos, inclusão social, preservação ambiental, entre outros temas relevantes para a comunidade. Dessa forma, o programa de extensão visa estabelecer uma relação mais próxima à sociedade e colaborativa entre a academia e a sociedade, promovendo o desenvolvimento local em articulação permanente do ensino e a pesquisa, contribuindo para a formação cidadã dos alunos por meio da produção e da aplicação do conhecimento.

Competências e Habilidades

No programa de extensão, os alunos da escola de negócios contribuem com ampla variedade de competências e habilidades, desde fundamentos básicos de gestão até áreas especializadas. Algumas destas incluem:

- Adaptar rapidamente a mudanças e incertezas no ambiente de extensão, sendo flexível e resiliente diante de desafios e adversidades.
- Compreender a cátedra e a responsabilidade da extensão, ou seja, abarcando o ensino a pesquisa e a extensão, por meio da pesquisa e plano de ação em prol da sociedade;
- Desenvolver atividades de extensão sob a orientação de um professor para promover o desenvolvimento de ações articuladas a partir de vivências e a aplicação de conhecimentos numa perspectiva interdisciplinar;
- Discutir o significado da extensão em uma perspectiva articuladora com o ensino e a pesquisa e suas implicações no processo de formação acadêmico-profissional e de transformação social;
- Entender o papel social no âmbito extensionista, com ética e responsabilidade social.
- Elaborar, desenvolver atividades e projetos com uma abordagem interdisciplinar e multidisciplinar;
- Inspirar, motivar e guiar equipes para alcançar objetivos, promovendo uma cultura de colaboração, inovação e excelência.
- Propalar o conhecimento científico produzido na comunidade acadêmica, transformadas em ações direcionadas à sociedade.

Conteúdo Programático

- Contexto Histórico do Ensino da Pesquisa e da Extensão.
- Visões e Tendências da Extensão.
- Legislação da Extensão
- Procedimentos Metodológicos, Didáticos e Técnico-Científicos.
- Etapas para a Elaboração de Atividades e Projetos de Extensão em benefício da comunidade do entorno e geral.

Bibliografia Básica

BASTOS, Lília da Rocha ; PAIXÃO, Lyra ; FERNANDES, Lúcia Monteiro. Manual para a elaboração de projetos e relatórios de pesquisas, teses, dissertações e monografias. Rio de Janeiro: LTC, 2003.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Administração de Projetos: como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2002, 2010. Resolução CNE/CES no 7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regulamenta o disposto na Meta 12.7 da Lei no 13.005/2014;

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 22.ed. São Paulo: Cortez, 2007.

Bibliografia Complementar

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

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

CHIAVENATO, Idalberto. Administração, teoria, processo e prática. São Paulo: Makron Books, 1994 MAXIMIANO, Antônio César. Introdução à Administração.

FERRELL, O. C.; FRAEDRICH, J.; FERRELL, L. Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos. 4. ed.. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

HITT, Michael A e IRELAND, R. Duane e HOSKISSON, Robert E. Administração estratégica: competitividade e globalização. [Revisão Técnica]. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MINAYO, M.C.S. (Org.). Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis RJ: Vozes, 2002.

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

SANTOS, B.S. Universidade do Século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da Universidade. São Paulo: Cortez, 2004.

LIBRAS – LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS – (disciplina optativa)**EMENTA:**

Inclusão Social do Surdo. Língua de Sinais. Comunicação gesto-visual com o Surdo.

OBJETIVOS:

Atendendo ao Decreto 5.626/2005 (DOU 23/12/2005), como disciplina eletiva, a oferta do ensino de Libras vem 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.

Específicos à Licenciatura:

Capacitar educadores para utilização instrumental da Libras, valorizando e dando-lhes condições de promover a inclusão social dos deficientes auditivos, especialmente, nas escolas e ambientes educativos.

COMPETÊNCIA, HABILIDADES E ATITUDES:

- Conhecer os pressupostos da comunicação e expressão por sinais
- Conhecer os mecanismos de comunicação
- Compreensão do contexto facilitador para a inclusão do deficiente auditivo no ambiente social de ouvintes
- Conhecer e Interpretar a Língua Brasileira de Sinais
- Compreender a Língua Brasileira de Sinais e suas relações com a Educação;
- Utilização do alfabeto manual e exploração dos movimentos dos próprios sinais
- Desenvolver as habilidades básicas para a aquisição da LIBRAS - a língua da modalidade visual e gestual da Comunidade Surda.
- Uso de expressões manuais e não-manuais gramaticalizadas

CONTEÚDOS:

Introdução a LIBRAS – Parâmetros, Sistema de Transcrição e Datilologia

Dados pessoais, características e adjetivos

Cumprimentos e saudações

Alfabeto Manual e Configurações de mãos; Família; Pronomes Interrogativos, Pessoais, Demonstrativos e Possessivos

Pesos e Medidas, Objetos; Numerais e horas; Estações do ano; Tipos de frases na LIBRAS

Advérbios de Tempo e de Modo (rápido); Esportes, Alimentos e Animais

Valores Monetários, Ambiente de trabalho/escola

Pronomes /Expressões Interrogativas, Pronomes Indefinidos e Grau comparativo

Expressões Idiomáticas e Metáforas em LIBRAS

Profissões / Meios de Comunicação e Meios de transporte; Verbos

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

QUADROS, Ronice Müller. *O tradutor e intérprete de língua brasileira de sinais e língua portuguesa*. Brasília: MEC, Secretaria de Educação Especial, 2004.

Secretaria de Educação Especial. *Dicionário Digital de Língua Brasileira de Libras*, Rio de Janeiro, Instituto Nacional de Educação de Surdos, 2000

SALLES, Heloísa Maria Moreira Lima [et al.]. *Ensino de Língua Portuguesa para surdos: caminhos para a prática pedagógica*. Brasília : MEC, SEESP, 2004. 2 v. : il. .(Programa Nacional de Apoio à Educação dos Surdos)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

QUADROS, Ronice Müller de e KARNOPP, Lodenir Becker. *Língua de sinais brasileira: estudos linguísticos*. Porto Alegre: Artes Médicas, 2004.

COUTINHO, D. *LIBRAS: língua brasileira de sinais e língua portuguesa (semelhanças e diferenças)*. 2ª ed, Idéia, 1998.

ALBRES, Neiva de Aquino e NEVES, Sylvia Lia Grespan. *DE SINAL EM SINAL: Comunicação em LIBRAS para aperfeiçoamento do ensino dos componentes curriculares FENEIS - 2008*

CAPOVILLA, Fernando César *ENCICLOPÉDIA DA LÍNGUA DE SINAIS BRASILEIRA EDUSD - volume 1 a 4 - 2005 ESCALA - 2008*

KOJIMA, Catarina Kiguti e SEGALA, Sueli Ramalho *LIBRAS Língua Brasileira de Sinais: A Imagem do Pensamento*

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CAPOVILLA F.C.; Raphael W.D. *Enciclopédia da Língua de Sinais Brasileira*. Volumes 1, 2, 3 e 4. EDUSD. São Paulo. 2005.

CASTRO A.R., Carvalho I.S. *Comunicação por Língua Brasileira de Sinais*. SENAC. Distrito Federal. 2005

FRIZANCO M.L.E., Honora M., Saruta F.S. *Livro Ilustrado de Língua Brasileira de Sinais*. Ciranda Cultural. SP2009

QUADROS R.M. *Educação de Surdos: Aquisição da Linguagem*. Artes Médicas. Porto Alegre. 1997

www.libras.org.br/libras.php; www.libras.org.br

www.feneis.org.br; www.acessobrasil.org.br/libras

www.dicionariolibras.com.br; www.senai.br/psai/libras_apresentacao.asp

www.ines.gov.br/libras/index.html; www.girafamania.com.br/girafas/lingua_sinais.html

6.6- Desenvolvimento Acadêmico-Profissional

O curso de Marketing foi desenvolvido em sinergia com os Cursos da Escola de Negócios e de Finanças da Faculdade, propiciando o aproveitamento de estudos integral ou de 1 ano e meio cursados pelo aluno em cursos de tecnologia e bacharelado e a aquisição de uma segunda graduação. Assim como está prevista a oferta de cursos de pós-graduação lato sensu, atendendo às demandas profissionais.

Fluxograma de Sinergia entre cursos

Módulos/cursos	EP	AU	LG	GQ	PG	MK	RH	GC	AD	GF	CC	PD	EF	GT	AS
Planejamento	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■			■	
Operações	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	*	*	■	
Projeto e Sistemas Digitais	■	■													
Dispositivos Elétricos e Mecânicos	■	■													
Instalações Elétricas Industriais	■	■													
Projeto de Manufatura	■	■													
Controle de Sistemas	■	■													
Gerenciamento da Produção	■	■	■	■	■				■						
Processos em Logística	■		■												
Qualidade de Produtos, Processos e Serviços	■			■											
Depto Pessoal					■		■		■						
Ferramentas de Gestão							■		■						
Empreendedorismo e inovação						■			■						
Merc e MKT						■		■	■						
Mercado de crédito										■	■				
Finanças								■	■	■	■				
Mercado Financeiro											■				
Fiscal											■				
IFRS e Atuária											■				
Auditoria e Perícia Arbitral											■				
Educação Inclusiva												■	■		
Educação e Movimento												■	■		
Desenvolvimento e Motricidade												■	■		
Metodologia de Língua Portuguesa e Ciências Humanas												■			
Metodologia de Matemática e Ciências Naturais												■			
Alfabetização												■			
Educação Não escolar												■			
Esportes Individuais													■		
Esportes Coletivos													■		
Esporte e Saúde													■		
Esporte Adaptado													■		
Front End Javascript														■	■
Back End Java														■	■
Back End Node														■	■
Back End React														■	■

Legenda:

EP=Engenharia da Produção AU = Automação Industrial LG = Logística GQ = Gestão da Qualidade
 PG = Processos Gerenciais MK = Marketing RH = Gestão de Recursos Humanos GC = Gestão Comercial
 AD = Administração GF = Gestão Financeira CC = Ciências Contábeis GT = Gestão em TI
 AS= Análise e Desenvolvimento de Sistemas

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, seja 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 auto avaliar 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 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.

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

Para a modalidade EAD

7.1 Equipe Multidisciplinar para as disciplinas na modalidade EAD, híbrida ou disponibilização dos conteúdos no AVA

A Faculdade Flamingo conta com o Núcleo de Educação à Distância, denominado NEAD, uma equipe multidisciplinar, constituída por profissionais de diferentes áreas do conhecimento, estabelecida em consonância com o PPC, que possui experiência e formação em Ensino a Distância. Esse Núcleo é responsável pela concepção, produção e disseminação de tecnologias, metodologias e os recursos educacionais para a educação a distância. Participa do processo de implementação e acompanhamento da qualidade de ensino, aprendizagem e atendimento dos cursos à Distância ou dos componentes integral ou parcialmente a distância, bem como a disponibilização dos conteúdos das disciplinas presenciais no AVA.

O desenvolvimento dos processos de trabalho parte das necessidades e expectativas sinalizadas pelos docentes, discentes ou pela equipe multidisciplinar e seguem um plano de proposição, implantação, testagens, correções e aprimoramentos.

As atividades de tutoria

Além dos docentes vinculados às disciplinas vigentes, tutores estão disponíveis para atender alunos, por disciplina, módulo ou área.

A Faculdade Flamingo iniciou o trabalho de tutoria centralizado na figura dos docentes. Estes produziam os conteúdos e mediavam o processo de ensino e aprendizagem.

A partir de 2022, com o know-how sobre o perfil do alunado para a aprendizagem no ambiente virtual, o NEAD programa a inclusão do papel do tutor na mediação do processo de ensino e aprendizagem e atendimento, colaborando com o trabalho docente e o engajamento discente.

Enquanto o docente, nos cursos a distância, tem como objetivo a **produção de conteúdo** e atividades adequadas aos alunos e cursos, o papel do tutor é **a interação com o aluno**, distinguindo-se pelo contato mais próximo ao estudante, à identificação de suas dificuldades e atuação direta no processo de aprendizagem.

A experiência em educação à distância dos docentes, juntamente com a equipe multidisciplinar e o NEAD, permitem identificar as dificuldades dos discentes, expor o conteúdo em linguagem aderente às características da turma, apresentar exemplos contextualizados com os conteúdos dos componentes curriculares e elaborar atividades específicas, empenhando para a utilização constante de metodologias ativas de ensino.

As atividades de tutoria deverão atender às demandas didático-pedagógicas da estrutura curricular, compreendendo a mediação pedagógica junto aos discentes, inclusive em momentos presenciais, o domínio do conteúdo, de recursos e dos materiais didáticos e o acompanhamento dos discentes no processo formativo, além de serem avaliadas periodicamente por estudantes, equipe pedagógica do curso, equipe multidisciplinar e o Núcleo de Educação à Distância (NEAD).

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.

Conforme Portaria nº 1.134, de 10 de outubro de 2016, os conhecimentos, habilidades e atitudes da equipe de tutoria deverão abarcar ações alinhadas ao PPC, às demandas comunicacionais e às tecnologias adotadas no curso.

As atribuições do professor-tutor são:

- conhecer o projeto didático-pedagógico do curso;
- participar das atividades de capacitação;
- auxiliar o corpo docente da disciplina em todas as suas funções, com exceção da elaboração dos conteúdos que serão elaborados pelo professor de cada disciplina;
- conhecer o cronograma de estudo e das avaliações das disciplinas;
- atender às consultas dos estudantes, certificando-se de que a dúvida foi sanada;
- enfatizar aos alunos a necessidade de adquirir autonomia de estudo e aprendizagem;
- orientar os alunos sobre a importância da utilização de todos os recursos oferecidos para a aprendizagem;
- encorajar e auxiliar os estudantes na busca de informações adicionais, nas mais diversas fontes, tais como: bibliotecas virtuais, endereços eletrônicos, bibliotecas, dentre outros;
- participar do processo de estrutura do caderno do Qmagico, com as respectivas elaborações das seções inseridas em cada disciplina;

dominar as ferramentas virtuais disponíveis e sugerir aprimoramentos;

- comunicar-se com os estudantes ausentes às avaliações por email/telefone/chat do Qmagico e sala virtual de tutoria, incentivando-os a recorrer à tutoria a distância, como um auxílio no processo de aprendizagem;
- cumprir, com pontualidade, os horários de atendimento aos estudantes, bem como as tarefas designadas pela Coordenação do Curso;
- registrar informações sobre os tipos e níveis de dificuldade que os estudantes apresentaram em relação às disciplinas e ao material didático;
- orientar e incentivar os estudantes no desenvolvimento das atividades presenciais, quando houver;
- relacionar e encaminhar dúvidas ao corpo docente da disciplina;
- participar da aplicação das avaliações presenciais, seguindo cronograma elaborado pelo coordenador do curso;
- manter-se em comunicação permanente com os demais integrantes da equipe multidisciplinar, bem como com o coordenador do curso e direção da IES;
- Orientar os alunos sobre dúvidas e procedimentos operacionais da plataforma.

A esses profissionais, para atender as demandas da instituição, deverão ser previstos constante aperfeiçoamento, buscando metodologias adequadas ao ensino à distância, por meio de palestras, seminários, fóruns e qualificação permanentes que são oferecidos preferencialmente pela Faculdade Flamingo, e também por outras instituições em parceria.

As atividades de tutoria deverão ser avaliadas constantemente pelos discentes e docentes, mediante encontros periódicos por videoconferência e demais canais institucionais com o NEAD. As sugestões e críticas deverão ser avaliadas pelo Núcleo e colegiados de curso e as intervenções pertinentes paulatinamente sistematizadas e implementadas.

Como perfil mínimo para o cargo de professor tutor, a Faculdade Flamingo considera a formação mínima na graduação e a preferência pela Pós-graduação Lato Sensu. E a obrigatoriedade da formação inicial para a modalidade a Distância promovida pelo NEAD.

Está prevista a presença de um tutor presencialmente nos polos 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 privilegia a 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.

Interação entre tutores (presenciais e a distância), docentes e coordenadores de curso a distância

A gestão acadêmica deverá cuidar para manter a proximidade e integração de toda a equipe acadêmica, oferecendo espaços físicos de uso comuns para toda a equipe e promovendo encontros de planejamento e discussões continuados. Pressupor e incentivar o trabalho articulado entre os docentes, tutores e coordenador de curso, para acompanhamento continuado do desenvolvimento do curso.

Semestralmente, dedicar momento de avaliação da qualidade e das necessidades de aprimoramento.

Metodologia de oferta das disciplinas na modalidade EAD

Para contribuir com o processo de organização para o estudo e aprendizagem, a equipe acadêmica em parceria com os alunos, vem aprimorando seu processo metodológico. Desde o ano de 2021, o conjunto de disciplinas ofertadas em cada módulo está organizado na oferta de uma disciplina a cada mês, com aulas ao vivo, interativas, semanais, opcionais, e disponibilizadas gravadas, no AVA. Esta sistematização vem contribuindo para facilitar a organização e envolvimento do aluno, individualmente e também nos estudos em grupo. Somando-se aos demais recursos de interação virtual síncronos e assíncronos disponíveis no AVA. Sistematização que vem ampliando também a acessibilidade metodológica, permitindo ao aluno acessar os conteúdos e recursos a qualquer hora e lugar e sob a diversidade de afinidade de aprendizado.

Acessibilidade metodológica

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.

A acessibilidade metodológica se apresenta na diversidade de recursos, contemplando as diferentes afinidades de aprendizagem e disponibilidade, oportunizando o acesso às atividades em qualquer local e horário e por diferentes meios. 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.

7.2 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.

São 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 material impresso, 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 está previsto um Guia Geral do Curso - impresso e/ou 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, é colocado à disposição dos estudantes um Guia digital, em constante atualização - 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.

7.3 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.
- Google For Education

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 é 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.

A plataforma AVA permite ao docente e discente o acompanhamento do status de envolvimento dos alunos nas atividades propostas, indicando a porcentagem do material lido pelo aluno, as informações sobre os resultados das atividades avaliativas e dos exercícios realizados pelos discentes.

Essa ferramenta acompanha tanto nossos componentes na modalidade presencial 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.

Aos alunos ingressantes no curso, prevê-se componente de nivelamento dos alunos, com objetivo de capacitá-los para uso do ambiente virtual de aprendizagem, bem como no conhecimento das questões operacionais. 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.

A disponibilidade do AVA é foco de contínua avaliação dos aprimoramentos necessários e possíveis indicados

pelos docentes, discentes e equipe pedagógica.

Durante o isolamento social imposto pela pandemia, que perdurou por quase 2 anos, todas as atividades foram concentradas no AVA, propiciando, até de ordem compulsória, aprimoramentos significativos no AVA e na relação dos docentes e discentes em relação ao seu uso.

A comunidade conta também o Portal do Aluno, por ela se acessa a plataforma TOTVs, no caso o sistema de gestão educacional da Faculdade Flamingo, ele realiza a comunicação entre a IES e os alunos, disponibilizando quadro de horário das disciplinas, apresentação das notas e faltas e informações financeiras.

Em relação ao recurso tecnológico Google For Education, que permite a utilização das ferramentas Google (Gmail, Drive, Agenda, Documentos, Planilhas e Apresentações, Formulários, Hangouts Meet, Grupos, Google sala de aula, Meet etc.), em qualquer dispositivo móvel, tablet ou computador.

Dentre os inúmeros recursos do Google For Education, destaca-se a utilização do Meet para a realização das aulas pré-gravadas e para as aulas remotas síncronas - em tempo real, que acontecem nos dias e horários previstos no calendário acadêmico. Com os recursos de quizz, salas temáticas e lousa interativa.

7.4 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.

7.4.1 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.

7.4.2 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 três instrumentos: a média das notas das avaliações continuadas, composta por 1 avaliação semanal, somando-se um total de 3 avaliações, a nota da avaliação conclusiva, que poderá ser substituída pela nota da avaliação substitutiva, quando a pontuação for superior à avaliação conclusiva, e a avaliação final, presencial.

- **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 (ACO), prevista em calendário, é realizada ao final de cada mês de oferta da disciplina, prevista em calendário acadêmico e com objetivo de consolidar a aprendizagem do conteúdo da disciplina.
- A avaliação substitutiva, prevista em calendário, é uma opção ao aluno, em caso de ausência na ACO ou expectativa de aumento da nota da ACO. Um incentivo formativo à revisão dos erros e ampliação da aprendizagem. Não há necessidade de agendamento.

A avaliação substitutiva (AS) substituirá a nota da ACO quando o resultado for superior à nota já conquistada.

- A avaliação final (AF), realizada de forma presencial, ao final do semestre letivo, previamente divulgada em calendário, apresenta-se como uma avaliação formativa para a revisão dos conteúdos envolvidos no módulo, deve privilegiar a leitura e compreensão de textos, o raciocínio lógico e contextualizar os conteúdos que envolvem as competências traçadas para o módulo.

A avaliação final terá o valor de 2,0 pontos e será acrescida à MF das disciplinas do semestre, exceto Projeto Integrador.

O aluno estará aprovado na disciplina se CF igual ou superior a 6,0

Se ausência justificada por lei na AF, o aluno terá direito à avaliação substitutiva, desde que requerida no prazo definido 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.

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.

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), a nota da Avaliação Conclusiva (CO) ou da Avaliação Substitutiva (AS), e a avaliação final (AF) presencial.

$$CF = (MAC * 0,40) + (CO \text{ ou } AS * 0,60) + AF$$

Critérios para Aprovação em uma Disciplina

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

$$\text{Aprovação} = CF \geq 6,0.$$

$$\text{Reprovação} = CF < 6,0.$$

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.

7.5 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.

7.6 Avaliação do Ensino

Em relação à avaliação do processo de ensino, esta acontecerá de forma paralela à 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 critérios, 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.

7.7 Calendário acadêmico

Estando de acordo com a Lei de diretrizes e bases nacionais, são ofertados, no mínimo, em cada semestre letivo, 100 dias letivos, excluído 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 enfileiradas, 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 Sala Temática de Metodologias ativas

Equipada com computador e projetor, esta sala tem como diferencial a grande bancada para o incentivo a metodologias ativas de aprendizagem.

Capacidade para 20 alunos em torno da bancada e mais 20 alunos acompanhando a atividade distante da bancada.

8.3 Sala de atividade física e dinâmicas de grupo

Ambiente equipado com tatames, saco de areia, equipamentos para as atividades físicas descritos em regulamento próprio.

8.4 Sala para atendimento individual e dinâmicas de grupo

Sala com mesas e cadeiras para atendimento individualizado, podendo ser utilizada para atividades de simulações de ambiente de entrevista e atendimento ao cliente.

8.5 Auditório

A unidade dispõe de um auditório equipado com sistema multimídia e climatizado com capacidade para 170 lugares. Pode ser utilizado como sala de conferência e possui sonorização completa e recursos tecnológicos que permitem projeção de filmes, vídeos, realização de videoconferência, com acesso à internet. O link de internet é *wireless* e cabeado.

8.6 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.

Acessibilidade

O Laboratório de informática dispõe de área tecnológica de trabalho com recursos e ferramentas de acessibilidade para deficientes auditivos, visuais e físicos, dentre elas o NVDA plataforma para leitura de tela, traduzindo as informações gráficas em áudio, teclado em braille e letras ampliadas para deficiente em baixa visão, reglete para escrita em braille, mesa adaptada para cadeirante, dentre outros:

- Computador all in one
- Teclado com letras tamanho grande e braille
- NVDA (instalado) para pessoas com deficiência visual
- Reglete para escrita em braille
- Lupa com ampliação 3x
- Fone de ouvido para audição de áudios

Gestão dos Laboratórios

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.

Cada laboratório conta com regulamento de uso próprio e descritivo dos recursos.

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.

Laboratório Móvel

Além dos tradicionais laboratórios de informática, a instituição disponibiliza o “Laboratório móvel”, este conceito implica em levar à sala de aula os recursos para realização de atividades com o uso de computadores.

O laboratório móvel consiste em um carrinho adaptado para transporte, carregamento de energia e distribuição de wireless para o ambiente da sala de aula. Cada unidade dispõe de um carrinho com 40 *chromebooks* que podem ser utilizados pelos professores mediante reserva junto ao departamento de Tecnologias da Informação.

Quando os *chromebooks* não estão dedicados a aulas podem ser utilizados individualmente pelos professores na sala dos professores ou biblioteca.

8.7 Estúdio de gravação de vídeos

Sala destinada à gravação de vídeo-aula com recursos de iluminação, câmera, datashow, fundo verde, computador, hang light, cuidado sonoro.

8.8 Biblioteca

Os alunos e professores do Curso 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

Os títulos das bibliografias básicas e complementares estão presentes 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 ou 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, tem projeto de edição de revista online devidamente cadastrada com ISSN 2179-2895 com link de acesso disponível no website da Faculdade.

Políticas de aquisição e expansão do acervo da biblioteca

De acordo com o PDI, o acervo da biblioteca para o curso deve contemplar a bibliografia básica e complementar indicadas nas ementas das disciplinas e a IES adota como política para aquisição com vistas a atualização ou expansão do acervo os seguintes critérios:

- Atualização da bibliografia do curso, mediante revisão da ementa e planos de ensino pelo Núcleo Docente Estruturante e deferimento de orçamento pela Direção;
- Proposição de novas disciplinas/ ementas ao curso, aprovada pelo NDE, a ser incorporada ao PPC do curso e mediante planejamento orçamentário aprovado pela Direção.

Ambientes complementares, a serem utilizados com os pressupostos da adaptação e criatividade

8.9 Laboratórios multidisciplinares - área de indústria

A Faculdade Flamingo, na unidade Lapa, dispõe de 3 laboratórios multidisciplinares, com bancadas livres e outras com equipamentos voltados à área de indústria.

8.10 Laboratório de Química, Biologia e Anatomia

Laboratório de Anatomia, Biologia, Química

8.11 Brinquedoteca

Ambientação infantil, com mesas e cadeiras baixas, estantes e baús com brinquedos, lousa, *flip chart*.

8.12 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 pedagógico por turno;
- Coordenador de laboratórios;
- 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 - nos âmbitos da oferta das disciplinas parcialmente ou integralmente na modalidade EAD, abordagem para a inclusão de pessoas com deficiência ou necessidades especiais, metodologias ativas de aprendizagem, etc;
- 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.

8.13 Canais de comunicação

Os diferentes departamentos da Faculdade Flamingo contam com:

- Área do Aluno virtual - disponível no website da Faculdade
- 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.
- Caderno virtual de Informações gerais e específicos à disciplina para veiculação de informações e orientações.
- Mural nas salas de aula, nos corredores, pátios e bibliotecas.
- Mural na sala dos professores
- Display eletrônico no pátio
- E-mail a todos os professores e funcionários a partir de endereço de e-mail personalizado Flamingo – disponibilizado ao ingressar na Instituição.
- Intermediação dos Representantes de classe para comunicar recados à sua turma.
- Atendimento pelos diferentes departamentos via whatsapp centralizado em número de telefone institucional
- Atendimento por videoconferência em dias da semana, horários e links de acesso previamente divulgados no website

9-POLÍTICAS INSTITUCIONAIS DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO NO ÂMBITO DO CURSO

Os princípios que orientam o desenvolvimento do projeto educacional da Faculdade Flamingo estão presentes no 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.

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 do curso proporciona 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 a política de ensino propõe envidar esforços para a promoção da autonomia do aprendiz e perfil do aprendiz ativo e colaborativo, dando-lhe condições para o estudo autodidático e auto-gerenciado, as competências para compartilhar e construir os conhecimentos com os colegas, a incorporação das tecnologias facilitadoras do ensino e aprendizagem.

Aproveitando o expertise desenvolvido para a oferta das disciplinas na modalidade EAD, para todas as disciplinas devem ser envidados 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 da disponibilização do conteúdo também virtual, facilitando o acompanhamento do conteúdo pelo aluno e utilizando-se dos recursos de feedback sobre o desempenho do aluno nas tarefas, dentre outras ferramentas que a tecnologia propicia.

A incorporação de maneira crescente dos avanços tecnológicos às atividades acadêmicas do curso está prevista no plano de desenvolvimento 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.

A vinculação entre educação, mercado de trabalho, autoconhecimento, auto aprimoramento 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.

Propiciando 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, o aprimoramento dos processos e 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 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.

Semestralmente deve ser definido programa de atividades ofertadas pela IES de cunho profissional, cultural e social, podendo ser aberto 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, as práticas de nivelamento e apoio pedagógico e as 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. Assim como envida esforços para ofertar ambiente acolhedor, atento a incentivar a interatividade não somente em termos de comunicação, mas, sobretudo no sentido de construção de aprendizagens colaborativas.

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.

A preocupação com a qualidade mostrada nas ações de intervenções estratégicas e continuadas apoiadas no acompanhamento do processo.

Articulando ensino, pesquisa e extensão, em ambiente acolhedor, estimulador e interativo, atento a plano de aprimoramento continuado, 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.

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, será aprovado se obtiver a pontuação igual ou superior a 50 (cinquenta) pontos e para opção nota obtida no ENEM, nota igual ou superior a 250 pontos e não apresentar nota zero na redação.

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 do processo seletivo deve ser publicado 15 dias antes 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 pedagógico ou de curso.

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, bem como prevê condições de negociações aos alunos inadimplentes.

No início de cada semestre, são promovidos encontros, síncronos e gravados, com a participação dos coordenadores e docentes para apresentação das 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.

Concentrado no website da Faculdade, em área exclusiva aos alunos, são divulgados os diferentes canais de comunicação com os departamentos e nos cadernos das disciplinas, os canais de comunicação com os professores.

Para delinear as práticas pedagógicas facilitadoras da aprendizagem, são previstas avaliações diagnósticas e análises de engajamento e crescimento da aprendizagem, observadas na plataforma virtual, com o objetivo de identificar objetivamente as dificuldades e conhecimentos prévios apresentados e adquiridos pelos alunos ao longo de sua vida acadêmica.

O curso, em sua matriz curricular, prevê 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 para o profissional do século XXI..

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 são 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.

A acessibilidade metodológica se apresenta na diversidade de recursos, contemplando as diferentes afinidades de aprendizagem e disponibilidade, oportunizando o acesso às atividades em qualquer local e horário e por diferentes meios. 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.

Quanto ao apoio psicopedagógico, a IES oferece programa de atendimento de identificação das necessidades e orientações, iniciado pelos coordenadores pedagógicos, direcionados pelos docentes ou contratados por iniciativa do próprio discente.

Para o atendimento a portadores de necessidades especiais, a Faculdade tem instituído o NUPIN - Núcleo de Práticas Inclusivas, responsável pela compreensão e ações inclusivas, também personalizadas a cada caso.

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 a portadores de necessidades especiais

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 fotocopadora para ampliação de textos;
- Podcasts;
- software de ampliação de tela;
- lupas, régua 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 co-responsabilidade 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) e o Núcleo de Desenvolvimento profissional (NUDEP)
- o Núcleo de práticas inclusivas (NUPIM)

- o Núcleo de Apoio Psicopedagógico (NAP)
- o Núcleo de Comunicação Interna (NAC)

em âmbito de curso:

- a Coordenação da Escola de Negócios,
- a Coordenação de Curso,
- a Coordenação de laboratórios
- a Coordenação Acadêmica - de atendimento por turno e modalidade
- o Núcleo Docente Estruturante (NDE)
- o Colegiado de Curso.

11.1 Atribuições do Coordenador de Curso e NDE

Conforme Regimento,

Art. 23 - São atribuições do Coordenador de Curso:

- I. Acompanhar e avaliar a execução curricular;
- II. Planejar o trabalho dos professores e garantir o cumprimento dos planos de ensino das disciplinas;
- III. Programar e garantir a execução de projetos, eventos e outras atividades relacionadas ao curso;
- IV. Responder pelos aspectos técnicos das disciplinas do curso, junto aos docentes e discentes;
- V. Representar o curso interna e externamente;
- VI. Convocar e presidir reuniões com colegiado do curso e NDE;
- VII. Apresentar ao responsável pela Escola os requisitos de infraestrutura, bibliografia e outros recursos necessários a oferta do curso;
- VIII. Participar da confecção da grade horária do período letivo;
- IX. Participar do processo seletivo de docentes;
- X. Planejar e executar ações para preparação dos alunos para realização de exames de ordem, ENADE e/ou outros;
- XI. Realizar outras atividades necessárias ao bom funcionamento do curso que não estejam previstas neste Regimento, sob supervisão do responsável pela Gestão de Cursos e/ou Diretoria Geral.

Art. 25 - São atribuições do Núcleo Docente Estruturante (NDE):

- I. Zelar pela integração curricular interdisciplinar entre as diferentes atividades de ensino constantes no Projeto Pedagógico de Curso (PPC);
- II. Acompanhar e atuar no processo de concepção, consolidação e contínua atualização do PPC;
- III. Indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de linhas de pesquisa e extensão, oriundas de necessidades da graduação, de exigências do mercado de trabalho e alinhadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;
- IV. Zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação;
- V. Acompanhar as práticas pedagógicas desenvolvidas ao longo do curso;
- VI. Contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso;
- VII. Auxiliar no processo de avaliação e fomentar a discussão dos resultados dos diferentes processos avaliativos do curso, envolvendo os diferentes segmentos da comunidade acadêmica;
- VIII. Auxiliar a gestão do curso na resolução de conflitos no campo pedagógico que possam prejudicar o andamento do curso.

Plano de trabalho semestral do Coordenador e NDE

Último Mês do semestre anterior - Reunião ordinária Direção Acadêmica e coordenações o - diretrizes gerais para o semestre acadêmico o - NEAD e coordenação técnica - validação dos cadernos

Semana 1 - Reunião ordinária Colegiado de Curso - apontamentos e validação dos planos de ensino das disciplinas

Semana 1 - Reunião ordinária de NDE considerando apontamentos Colegiados

Ao longo do semestre: o Atualizações da legislação pertinente ao curso o Parcerias com empresas - renovações o Programa de extensão acadêmica - atividades internas e ofertas externas o Análises de indicadores (número de alunos, evasão, alunos por turma, desenvolvimento profissional, acompanhamento do egresso) - sugestões de ações o Revisão do PPC - conteúdos, bibliografia e práticas metodológicas o Reuniões extraordinárias

11.2 Auto-Avaliação do 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 projeto 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, acadêmico e de desenvolvimento profissional.
- Indicadores de oferta e participação nas atividades de pesquisa e extensão.
- 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.

11.3 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 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.

11.4 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.

Além dos docentes vinculados às disciplinas vigentes, a Faculdade Flamengo conta com tutores que estão disponíveis para atender alunos, por disciplina, módulo ou área. Esses tutores podem estar presencialmente nos pólos em horários pré-estabelecidos e divulgados aos alunos ou em atendimento à distância .

A Faculdade Flamengo 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 Flamengo promove diferentes momentos de encontros entre coordenação, direção e docentes e tutores 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 Flamengo”. 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 e tutores 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 e de tutores do curso.

Semestralmente, as atividades docente e de tutoria serão avaliadas pelos alunos e equipe pedagógica do curso, embasando ações corretivas de aperfeiçoamento para o planejamento das atividades futuras.

11.5 Infraestrutura para a equipe acadêmica

Espaço de Trabalho para o Coordenador

A Faculdade Flamengo 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 ao ambiente de trabalho dos docentes em regime de trabalho integral e parcial. E considera também o trabalho por resultado desenvolvido em home office.

A IES tem incentivado o uso de recursos do Google meet para videoconferências, facilitando o atendimento a alunos e professores.

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 resultados.

Sala de Professores

A IES disponibiliza sala coletiva aos professores, com mesas coletivas e individuais, computadores, escaninhos, acesso à Internet, área de café e sanitários.

Estúdio de gravação e produção acadêmica

Sala destinada à gravação de vídeo-aula com recursos de iluminação, câmera, datashow, fundo verde, computador, hang light, cuidado sonoro.

ANEXOS

Histórico de atualizações no PPC**Atualizações feitas em 01/03/2019**

- Missão e visão da IES
- planos de ensino e bibliografia
- avaliação da aprendizagem das disciplinas na modalidade a distância

Atualizações feitas em maio/2021

- atualização direção

Atualizações feitas 02/08/2021

- Atualização dos PPCs em 1º sem 2021
- Dados Gerais da IES e Curso
- Oferta para a modalidade à distância
- Avaliação da Aprendizagem
- Matriz curricular na disciplina Diagnóstico Estratégico e Análise Sistêmica.

Atualizações feitas em 2022

- Revisão das Ementas
- Atualização das práticas pedagógicas na modalidade a distância
- Atualização da Infraestrutura
- Apresentação equipe docente

Atualizações feitas em 2023

- Atualização da matriz curricular e ementas
- Inclusão do Programa de Extensão e estágio supervisionado obrigatório

Atualizações feitas em 2024

- atualização Representante Legal
- Atualização membros colegiado e equipe docente
- Ementas: Sustentabilidade e Logística Reversa

Equipe Docente 2024

Docentes e disciplinas atribuídas

Módulo	Disciplina	docentes
Planejamento	Diagnóstico Estratégico e Análise Sistêmica	Alessandro Marco Rosini Elida Pereira Macedo
	Sistemas de Informações Gerenciais	Alessandro Marco Rosini Rubens Zampar
	Gestão e Análise de Custos	José Luiz Campos
	Visão de Mercado	Said Yusuf Abu Lawi
Operações	Gestão financeira	José Luiz Campos
	Gestão de Operações	Alessandro Marco Rosini Osmar Mitsuo Saito
	Gestão de Projetos	Rubens Zampar Jr
	Liderança e Trabalho em Equipe	Fernando José Lopes
Mercado e Marketing	Comportamento de Compra e Consumo	Marco Antonio Guerrera Chirley Cristhiane Costa
	Gestão de Marcas	Alexandre Laurindo
	Gestão Mercadológica	Wellington Ramos de Carvalho
	Planejamento e Técnicas de Vendas	João Crescenzo
Empreendedorismo e Inovação	Gestão da Inovação	Osmar Saito
	Pesquisa de Mercado	Wellington Ramos
	Plano de Negócios	Gilberto Santos Cabral
	Redes Sociais	Alexandre Laurindo
	Projeto Integrador Empreendedorismo e Inovação	Fernando José Lopes
Extensão	Programa de Extensão	Said Yusuf Abu Lawi Elida Pereira Macedo Fernando José Lopes
Apoio Pedagógico	Apoio Pedagógico em Língua Portuguesa	Lucimar Regina S Rodrigues
	Matemática	Francisco Alves de Souza Gina Magali H. Miranda
Transversalidade	Humanidades Criatividade e inovação	Neide Zamboni
	Humanidades - Inteligência Emocional	Elida Pereira Macedo
	Humanidades - Flexibilidade Cognitiva e Resolução de Problemas	Neide Zamboni
	Humanidades - Ética e cidadania	Deberson Ferreira de Almeida
	Humanidades - Filosofia, Sociologia e Antropologia	Said Yusuf Abu Lawi
	Humanidades - Logística Reversa	Osmar Mitsuo Saito