

Aluno: 202308416596 - PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA CABRAL

Disciplina: ARA0060 - CONTABILIDADE GERAL

Matéria:

Carga Horária Total		Carga Horária Semanal
Teórica:	60	3
Prática:	0	0
Campo:	0	0
Atividade:	20	1
Estágio:	0	0
EAD:	0	0

Tipo Curso: 11 - GRADUAÇÃO

Curso(s): 2 - ADMINISTRAÇÃO

Versão Plano de Disciplina: 9

Vigência: 19/07/2024 Até o momento

1.Contextualização:

2.Ementa:

A TÉCNICA CONTÁBIL. OPERAÇÕES CONTÁBEIS - PARTE I. OPERAÇÕES CONTÁBEIS PARTE II. DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS.

3.Objetivos Gerais:

Desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico sobre a contabilidade e suas operações, com base na análise dos fatos contábeis, interpretação e aplicação da legislação contábil e os pronunciamentos, para exercer suas responsabilidades com o expressivo domínio das funções contábeis e gerenciais. Aplicar corretamente a linguagem e terminologia contábil, com base no elenco de contas, para segregação dos bens, direitos, obrigações, receitas, custos e despesas. Reconhecer as operações patrimoniais, econômicas e financeiras, com base nos procedimentos de escrituração contábil e regimes de caixa e competência, para registro, controle e evidenciação das operações patrimoniais e econômicas, exercendo com ética e proficiência, as suas atribuições. Elaborar o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício, baseados nas Normas Brasileiras de Contabilidade e legislação aplicada, revelando a capacidade crítico-analítica para a apresentação de relatórios e diagnósticos, aos usuários internos e externos. Avaliar a situação líquida da empresa, por meio da análise dos grupos e contas que interferem ou não, no caixa analisando cenários e elaborando pareceres e relatórios sobre a gestão empresarial com promovendo soluções eficientes no processo decisório.

4.Objetivos Específicos:

5.Conteúdos:

1. A TÉCNICA CONTÁBIL



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

- 1.1 A CONTABILIDADE: ORIGEM, OBJETIVOS E REQUISITOS PARA MENSURAÇÃO, REGISTRO E EVIDENCIAÇÃO
- 1.2 PLANO DE CONTAS, GRUPOS, ELENCO DAS CONTAS, CONTAS SINTÉTICAS E ANALÍTICAS
- 1.3 ATOS ADMINISTRATIVOS E FATOS CONTÁBEIS PERMUTATIVOS, MODIFICATIVOS E MISTOS
- 1.4 A DINÂMICA CONTÁBIL POR MEIO DA ESCRITURAÇÃO FISCAL, CONTÁBIL E TRABALHISTA
2. OPERAÇÕES CONTÁBEIS - PARTE I (ATIVIDADE PRÁTICA SUPERVISIONADA)
 - 2.1 TIPOS DE SOCIEDADES
 - 2.2 LANÇAMENTOS PRIMÁRIOS DE CONSTITUIÇÃO E INÍCIO DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA
 - 2.3 ATIVOS IMOBILIZADOS E INTANGÍVEIS: LANÇAMENTOS DE DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO
 - 2.4 OPERAÇÕES FINANCEIRAS: LANÇAMENTOS DE OPERAÇÕES PREFIXADAS, PÓS-FIXADAS E DUPLICATAS DESCONTADAS
3. OPERAÇÕES CONTÁBEIS - PARTE II
 - 3.1 COMPRAS, CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA, VENDAS, RESULTADOS COM MERCADORIAS
 - 3.2 DEVOLUÇÕES, ABATIMENTOS, DESCONTOS CONDICIONAIS E INCONDICIONAIS
 - 3.3 OPERAÇÕES COM SEGUROS E FRETES
 - 3.4 PROVISÃO PARA CRÉDITOS DE LIQUIDAÇÃO DUVIDOSA - PCLD
4. DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS
 - 4.1 ENCERRAMENTO DAS CONTAS DE RESULTADO E LANÇAMENTOS DE ENCERRAMENTO
 - 4.2 APURAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO E ELABORAÇÃO DO BALANCETE
 - 4.3 BALANCETE PELO MÉTODO DAS PARTIDAS DOBRADAS
 - 4.4 ESTRUTURA E ELABORAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS SEGUNDO A LEI DAS S/A E NORMAS BRASILEIRAS DE CONTABILIDADE

6.Procedimentos de ensino

O processo de ensino-aprendizagem se iniciará por meio da análise de uma situação problema, previamente definida pelo Plano de Aula. O qual servirá como base para a preleção sobre o tema da aula. A disciplina adotará o modelo de aprendizagem baseada em problemas e sala de aula invertida. Serão utilizados como estratégias: exposição e discussão de processos administrativos e judiciais, estudos de casos que subsidiarão a análise de problemas, debates estruturados, fóruns de discussão, brainstormings, jogos e ferramentas digitais que tornarão os alunos protagonistas do processo de aprendizado. Ao final da aula, será aplicada uma atividade verificadora da aprendizagem que voltará a situação problema apresentada no início da aula e, solicitará aos alunos que relatem possíveis situações vivenciadas em seus ambientes de trabalho, capazes de demonstrar a inter-relação entre o conteúdo estudado e a realidade profissional. O que poderá ocorrer, também, por meio da Sala de Aula Virtual de Aprendizagem. O modelo de aprendizagem prevê ainda a realização da Atividade Prática Supervisionada, que são atividades práticas realizadas em laboratórios, bibliotecas e trabalhos individuais e/ou em grupo que fazem parte do ecossistema de aprendizagem global e local.

7.Procedimentos de avaliação:

Os procedimentos de avaliação contemplarão as competências desenvolvidas durante a disciplina por meio de provas presenciais, denominadas AV e AVS, sendo a cada uma delas atribuído o grau de 0,0 (zero) a 10 (dez) no formato PNI - Prova Nacional Integrada. Caso o aluno não atinja o resultado



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

desejado na prova de AV, ele poderá recuperar sua nota na prova de AVS. Será composta por uma prova no formato PNI - Prova Nacional Integrada, com total de 10 pontos, e substituirá a nota da AV, caso seja maior. Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda: - atingir nota igual ou superior a 6 (seis) na prova de AV ou AVS; - frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.

8. Bibliografia Básica:

IUDICÍBUS, Sérgio de. et. al. Contabilidade Introdutória / texto (Minha Biblioteca). 12 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial: instrumentos de análise, gerência e decisão (minha biblioteca). 18 ed.. São Paulo: Atlas, 2018.

PADOVEZE, Clóvis Luis. Manual de Contabilidade Básica: Contabilidade Introdutória e Intermediária (Minha Biblioteca). 10 ed. São Paulo: Atlas, 2018.

9. Bibliografia Complementar:

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. Contabilidade Introdutória em IFRS e CPC (Minha Biblioteca). 2 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

IUDICÍBUS, Sérgio de. et. al. Contabilidade Introdutória: livro de exercícios (Minha Biblioteca). 12 ed.. São Paulo: Atlas, 2019.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade Básica (Minha Biblioteca). 4ª ed.. São Paulo: Saraiva, 2018.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; RODRIGUES, Fernanda Fernandes. Curso Prático de Contabilidade (Minha Biblioteca). 2 ed.. São Paulo: Atlas, 2018.

VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério das. Contabilidade Básica (Minha Biblioteca). 18 ed. São Paulo: Saraiva, 2018.



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

Aluno: 202308416596 - PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA CABRAL

Disciplina: ARA0011 - ECONOMIA EMPRESARIAL

Matéria:

Carga Horária Total		Carga Horária Semanal
Teórica:	60	3
Prática:	0	0
Campo:	0	0
Atividade:	20	1
Estágio:	0	0
EAD:	0	0

Tipo Curso: 11 - GRADUAÇÃO

Curso(s): 2 - ADMINISTRAÇÃO

Versão Plano de Disciplina: 7

Vigência: 19/07/2024 Até o momento

1.Contextualização:

2.Ementa:

CONCEITOS BÁSICOS DE ECONOMIA. INTRODUÇÃO À MICROECONOMIA. ESTRUTURA DE MERCADOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS. CONTAS NACIONAIS E INDICADORES ECONÔMICOS. POLÍTICA MACROECONÔMICA.

3.Objetivos Gerais:

Aplicar os conceitos e a lógica que pautam os agentes e mercados, de acordo com a teoria e a racionalidade econômica, para atuação profissional crítica, analítica e produtiva. Analisar a formação dos custos e preços de bens e serviços, no contexto da estrutura de mercado em questão, para decisões de compras, produção e vendas nas organizações. Examinar as características do processo de produção e do planejamento das organizações no curto e longo prazos, com base no conhecimento da teoria econômica, para gerir os recursos de forma sustentável e buscar soluções criativas para seu melhor desempenho. Analisar os diversos tipos de produtos e respostas da demanda, conjugando esses dados aos recursos humanos, físicos, financeiros e tecnológicos das organizações, para estabelecer linhas de ação financeiramente adequadas aos seus objetivos. Avaliar os cenários macroeconômicos e suas inter-relações microeconômicas, com base em uma visão sistêmica da economia para a tomada de decisões e implementação de estratégias organizacionais frente à conjuntura. Atuar de forma preventiva e empreendedora, com base na identificação das tendências, riscos e oportunidades da economia nacional e internacional, para realizar gestão ou consultoria alinhada à visão organizacional.

4.Objetivos Específicos:

5.Conteúdos:

1. CONCEITOS BÁSICOS DE ECONOMIA



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

- 1.1 ANÁLISES ECONÔMICAS
- 1.2 PENSAMENTO ECONÔMICO
- 1.3 PESQUISA ECONÔMICA

- 2. INTRODUÇÃO À MICROECONOMIA
 - 2.1 CONSUMIDOR RACIONAL
 - 2.2 CURVAS DE INDIFERENÇA
 - 2.3 TIPOS DE CUSTA DA FIRMA
 - 2.4 MAXIMIZAÇÃO DE LUCRO

- 3. ESTRUTURA DE MERCADOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS
 - 3.1 OFERTA E DEMANDA
 - 3.2 FORMAÇÃO DE PREÇOS
 - 3.3 PRODUTO E CONSUMIDOR
 - 3.4 FIRMA MONOPOLISTA

- 4. CONTAS NACIONAIS E INDICADORES ECONÔMICOS (ATIVIDADE PRÁTICA SUPERVISIONADA)
 - 4.1 CONTAS NACIONAIS
 - 4.2 INDICADORES SOCIOECONÔMICOS

- 5. POLÍTICA MACROECONÔMICA
 - 5.1 CURVA DE OFERTA E DEMANDA
 - 5.2 EQUILÍBRIOS NA ECONOMIA

6. Procedimentos de ensino

O processo de ensino-aprendizagem deve estar centrado no aluno, protagonista de seu aprendizado; tal ponto é crucial para a condução das aulas. Portanto, embora a preleção do professor seja extremamente importante para introdução ou aprofundamento nos estudos das Teorias e conceitos, a disciplina deve privilegiar, em todas as aulas, as metodologias ativas de aprendizagem. Para tal, será fundamental a adoção das seguintes estratégias: 1. Sala de aula invertida: para estimular os alunos a pesquisarem previamente os conteúdos relacionados às aulas seguintes, como vídeos, artigos e textos que evidenciem a realidade da Economia e das organizações, seguindo indicações presentes nos Planos de Aula e do próprio professor da disciplina. 2. Aprendizagem baseada em problemas: os alunos devem ser provocados a aplicar a base teórico-conceitual estudada para análise dos cenários e mercados em que as organizações atuam, de forma a simular a tomada de decisões e planejamento. A aula deve ser sempre iniciada com base em uma situação problema previamente definida pelo professor, que questionará os alunos sobre seu entendimento e dúvidas (como exposto no item 1), utilizando os comentários dos alunos também como gancho para sua preleção inicial. Nas aulas, é recomendado a utilização de: a) Jogos e ferramentas digitais - aplicativos como o Kahoot, Forms e outros podem ser utilizados para estimular a participação dos alunos em jogos interativos que facilitam o aprendizado de conceitos básicos da disciplina. Tais jogos podem ser aplicados ao longo da aula ou ao seu final, como uma atividade verificadora da aprendizagem. No caso do Tema Digital, tal atividade verificadora poderá ocorrer, também, por meio da Sala de Aula Virtual de Aprendizagem, com fóruns de discussão. b) Realização de estudos de casos - diferentes exemplos de situações de mercado e cenários macroeconômicos devem ser submetidos à análise dos alunos, estimulando sua reflexão crítica como gestores e planejadores nas organizações. c) Debates estruturados - exercícios propostos pelo



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

professor, fóruns de discussão e brainstormings - que deverão abordar situações que envolvam os conceitos apresentados em aula, sempre que possível, associados à realização de diagnósticos e tomada de decisões nas organizações. O professor deve verificar o consenso sobre as ideias apresentadas ao final da discussão, explorar as opções de dissenso e aproveitar lacunas de entendimento para esclarecer conceitos ou conteúdo. Ao término de cada aula, será aplicada uma atividade verificadora da aprendizagem, em qualquer dos formatos acima elencados. Esta permitirá ao aluno a auto identificação de lacunas e a consolidação do aprendizado, norteando-o em seu estudo fora de sala. No Plano da Aula 5 consta a atividade que deverá ser utilizada para compor a nota da AV, valendo 3,0 pontos desta nota. O modelo de aprendizagem prevê ainda a realização da Atividade Prática Supervisionada, que são atividades práticas realizadas em laboratórios, bibliotecas e trabalhos individuais e/ou em grupo que fazem parte do ecossistema de aprendizagem global e local.

7.Procedimentos de avaliação:

Os procedimentos de avaliação contemplarão as competências desenvolvidas durante a disciplina, divididos da seguinte forma: AV e AVS AV - Contemplará todos os temas abordados pela disciplina e será assim composta: - Prova individual com valor total de 7 (sete) pontos; - Realização de quiz avaliativo sobre os temas 1 e 2, com valor total de 3 (três) pontos, acompanhado pelo professor da disciplina. A soma de todos os instrumentos que possam vir a compor o grau final da AV não poderá ultrapassar o grau máximo de 10 (dez) pontos. AVS - Contemplará todos os temas abordados pela disciplina. Será composta por uma prova no formato PNI - Prova Nacional Integrada, com total de 10 pontos, e substituirá a nota da AV, caso seja maior. Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda: - atingir nota igual ou superior a 6 (seis) na prova de AV ou AVS; - frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.

8.Bibliografia Básica:

BRITTO, Jorge. Economia: o que você precisa saber. Rio de Janeiro: SESES, 2016.
Disponível em: Repositório Digital

MANKIW, Nicholas Gregory. Introdução a Economia. 8. São Paulo: Cengage Learning, 2019.
Disponível em: Acervo Digital

VASCONCELLOS, Marco Antonio ; GARCIA, Manuel. Fundamentos de Economia. 4. São Paulo: Saraiva, 2018.
Disponível em: Acervo Digital

9.Bibliografia Complementar:

BRAGA, Marcio Bobik. Princípios De Economia - - Abordagem Didática E Multidisciplinar. Rio de Janeiro: Atlas, 2019.
Disponível em: Acervo Digital

NOGAMI, Otto; PASSOS, Carlos Roberto Martins. Princípios de Economia. 7. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
Disponível em: Acervo Digital

PINHO, D. Benevides & VASCONCELLOS, M. A. Sandoval. Manual de Economia. 7. São Paulo: Saraiva, 2017.
Disponível em: Acervo Digital



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

SILVA, César Roberto Leite da; LUIZ, Sinclayr. Economia e mercados: introdução à economia. 20. São Paulo: Saraiva, 2018.

Disponível em: Acervo Digital

VASCONCELLOS, M. A. Sandoval; JUNIOR, Rudinei Toneto; SAKURAI, Sérgio. Economia Fácil. São Paulo: Saraiva, 2015.

Disponível em: Acervo Digital



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

Aluno: 202308416596 - PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA CABRAL

Disciplina: ARA1916 - GESTÃO ESTRATÉGICA DE MARKETING

Matéria:

Carga Horária Total		Carga Horária Semanal
Teórica:	0	0
Prática:	0	0
Campo:	0	0
Atividade:	0	0
Estágio:	0	0
EAD:	80	4

Tipo Curso: 11 - GRADUAÇÃO

Curso(s): 2 - ADMINISTRAÇÃO

Versão Plano de Disciplina: 1

Vigência: 05/02/2024 Até o momento

1.Contextualização:

2.Ementa:

MARKETING: FUNDAMENTOS E O PROCESSO DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING. CAPTAÇÃO DAS OPORTUNIDADES DE MARKETING: COLETA DE INFORMAÇÕES, PREVISÃO DE DEMANDA E CONDUÇÃO DE PESQUISA DE MARKETING. CONEXÃO COM OS CLIENTES: CRIAÇÃO DE RELACIONAMENTOS, ANÁLISE DE MERCADOS, IDENTIFICAÇÃO DE SEGMENTOS E SELEÇÃO DE MERCADOS-ALVO. DESENVOLVIMENTO E GERENCIAMENTO DE PREÇOS. GESTÃO INTEGRADA DE CANAIS DE MARKETING. COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING.

3.Objetivos Gerais:

Examinar os impactos da gestão estratégica de marketing, para gerar o conhecimento da constante evolução do marketing, suas mudanças, as adversidades e pluralidades e a novas tendências, para criar projetos, gerenciar produtos e serviços e proporcionar uma visão sistêmica com outras áreas da organização e construir relacionamento com os diversos públicos. Avaliar os conceitos centrais do composto de marketing (4Ps), e desenvolver o gerenciamento de marcas, produtos e/ou serviços, preços, canais integrados e comunicação integrada de marketing para criar estratégias de posicionamento da organização e construir cenários mais atraentes para os consumidores, utilizando as modernas tecnologias para aumentar as vendas em várias praças, acompanhando as tendências do mercado e os desejos dos consumidores. Investigar as diferentes técnicas de análise e estudos de mercado, para entender quem é o seu público consumidor, criar estratégias e utilizar novas tecnologias para mensurar e satisfazer as suas necessidades, contemplando diferentes modelos de negócios e compreender as tendências contemporâneas de marketing e de consumo dos prospects (potenciais consumidores) e conexão e relacionamento com os clientes. Aplicar a tecnologia e as ferramentas e mídias digitais, para elevar a marca aos diversos públicos que necessitam dos produtos e serviços, considerando a nova forma de interação social entre pessoas e organizações para alinhar as estratégias e planos de ação aos objetivos organizacionais. Atrair novos clientes e fidelizar os atuais, com a



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

aplicação de novas ideias de inovação, considerando a competição global, as tendências contemporâneas da nova economia digital, para melhorar a relação das organizações com o mercado consumidor e proporcionar o aumento das vendas, do faturamento e lucratividade da organização.

4. Objetivos Específicos:

5. Conteúdos:

1. CONCEITOS DE MARKETING

1.1 EVOLUÇÃO DO MARKETING

1.2 CONCEITOS EM MARKETING

1.3 COMPOSTO DE MARKETING

2. POSICIONAMENTO E VALORES DE MARCA

2.1 EVOLUÇÃO E ORGANIZAÇÃO

2.2 PROPOSIÇÃO DE VALOR

2.3 GESTÃO DE MARCAS (BRANDING)

3. GESTÃO INTEGRADA DE CANAIS DE MARKETING (ATIVIDADE PRÁTICA SUPERVISIONADA)

3.1 TIPOS DE CANAIS DE MARKETING E SEUS INTERMEDIÁRIOS

3.2 ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO POR CANAIS DE MARKETING

3.3 BENEFÍCIOS DA INTEGRAÇÃO DE CANAIS E SISTEMAS

4. COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING

4.1 PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING

4.2 FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING

4.3 GERENCIAMENTO DAS PRINCIPAIS ESTRUTURAS DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING

5. MARKETING EM AMBIENTES VIRTUAIS

5.1 A EVOLUÇÃO DO E-COMMERCE

5.2 O PAPEL E AS CARACTERÍSTICAS DAS MÍDIAS SOCIAIS E O RELACIONAMENTO EMPRESA-CLIENTE

5.3 ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL

6. SUSTENTABILIDADE E ÉTICA NO MARKETING

6.1 SUSTENTABILIDADE E MARKETING

6.2 MARKETING SOCIAL E MUDANÇAS COMPORTAMENTAIS

6.3 MARKETING, ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

6. Procedimentos de ensino

Aulas interativas em ambiente virtual de aprendizagem, didaticamente planejadas para o desenvolvimento de competências, tornando o processo de aprendizado mais significativo para os alunos. Na sala de aula virtual, a metodologia de ensino contempla diversas estratégias capazes de alcançar os objetivos da disciplina. Os temas das aulas são discutidos e apresentados em diversos formatos como leitura de textos, vídeos, hipertextos, links orientados para pesquisa, estudos de caso, podcasts, atividades animadas de aplicação do conhecimento, simuladores virtuais, quiz interativo,



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

simulados, biblioteca virtual e Explore + para que o aluno possa explorar conteúdos complementares e aprofundar seu conhecimento sobre as temáticas propostas.

7.Procedimentos de avaliação:

Os procedimentos de avaliação contemplarão as competências desenvolvidas durante a disciplina por meio de provas presenciais, denominadas AV e AVS, sendo a cada uma delas atribuído o grau de 0,0 (zero) a 10 (dez) no formato PNI - Prova Nacional Integrada. Caso o aluno não atinja o resultado desejado na prova de AV, ele poderá recuperar sua nota na prova de AVS. Será composta por uma prova no formato PNI - Prova Nacional Integrada, com total de 10 pontos, e substituirá a nota da AV, caso seja maior. Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda: - atingir nota igual ou superior a 6 (seis) na prova de AV ou AVS; - frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.

8.Bibliografia Básica:

FERREIRA JUNIOR, Achiles Batista. Caminhos do marketing uma análise de vertentes mercadológicas.. Curitiba: Intersaberes, 2017.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/125196/pdf> GREWAL, Dhruv;

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. 15ª. Ed.. São Paulo: Pearson: Pearson, 2018.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/168126/pdf>

KOTLER, P; KARTAJAVA; H. SETIAWAN , I. Marketing 4.0, do tradicional ao digital.. 1ª Ed.. São Paulo: Editora Sextante, 2017.

9.Bibliografia Complementar:

KOTLER, P. Armonstrong, G. Princípios de Marketing. 15a Ed.. Rio de Janeiro: Pearson, 2015.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/22443/pdf>

LAS CASAS. Alexandre Luzzi. Administração de Marketing. 2.. São Paulo: ATLAS, 2010.

RIBEIRO, Lucyara. Estudos avançados no marketing sustentável. São Paulo. São Paulo: Pearson, 2017.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/152114/pdf>

YANAZE, Y. Mitsuru. Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações. São Paulo: Editora Saraiva, 2012.

ZENONE, Luiz Claudio; DIAS, Reinaldo. Marketing Sustentável: Valor Social, Econômico e Mercadológico. São Paulo: Grupo GEN, 2015.



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

Aluno: 202308416596 - PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA CABRAL

Disciplina: ARA0072 - GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS

Matéria:

Carga Horária Total		Carga Horária Semanal
Teórica:	60	3
Prática:	0	0
Campo:	0	0
Atividade:	20	1
Estágio:	0	0
EAD:	0	0

Tipo Curso: 11 - GRADUAÇÃO

Curso(s): 2 - ADMINISTRAÇÃO

Versão Plano de Disciplina: 10

Vigência: 19/07/2024 Até o momento

1.Contextualização:

2.Ementa:

A GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS E O AMBIENTE COMPETITIVO. RECRUTAMENTO DE PESSOAL. SELEÇÃO DE PESSOAL . APLICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO. MANUTENÇÃO DE PESSOAS. SISTEMAS DE INFORMAÇÕES DE GESTÃO DE PESSOAS.

3.Objetivos Gerais:

Analisar o plano estratégico organizacional, seus os objetivos e metas, tomando como base os ambientes interno e externo, para integração da gestão de pessoas às estratégias organizacionais. Planejar políticas de gestão de pessoas em ambientes mutáveis, com base nos valores e necessidades organizacionais e no respeito à diversidade, para promover o desenvolvimento humano e a vantagem competitiva. Criar estratégias e políticas de remuneração, recompensas, benefícios e serviços sociais, com base nos objetivos organizacionais, legislação social e pesquisas, para adequar às provisões de recursos visando a sua sustentabilidade e perenidade do negócio. Definir ações que promovam a qualidade de vida no trabalho e a saúde ocupacional, com base nos estudos contemporâneos e legislação vigente, para a redução do acometimento físico e mental do trabalhador, gerando ambientes saudáveis e produtivos. Avaliar os sistemas de informação de gestão de pessoas, tomando como base indicadores de performance, para acompanhamento, em tempo real, as informações sobre recursos humanos, capital humano e capital intelectual da organização. Planejar o processo de recrutamento e seleção, com base nas técnicas de seleção por competência, para contratação de pessoas com perfis aderentes aos objetivos organizacionais estratégicos.

4.Objetivos Específicos:

5.Conteúdos:



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

1. A GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS E O AMBIENTE COMPETITIVO
 - 1.1 TEORIAS ORGANIZACIONAIS E A EVOLUÇÃO DO PAPEL DAS PESSOAS NAS ORGANIZAÇÕES NO AMBIENTE COMPETITIVO E COMPLEXO
 - 1.2 O MODELO ESTRATÉGICO DE GESTÃO DE PESSOAS BASEADO EM COMPETÊNCIAS
 - 1.3 DESAFIOS E PERSPECTIVAS NA ATUAÇÃO EM GESTÃO DE PESSOAS: A INTERNACIONALIZAÇÃO, A DIVERSIDADE CULTURAL E O PROCESSO DE INCLUSÃO NAS ORGANIZAÇÕES
2. RECRUTAMENTO DE PESSOAL
 - 2.1 MERCADO DE RH X MERCADO DE TRABALHO
 - 2.2 PLANEJAMENTO DE PESSOAL
 - 2.3 DEFINIÇÃO PRÉVIA DAS COMPETÊNCIAS E REQUISITOS
 - 2.4 ESTRATÉGIA E ATRAÇÃO DE TALENTOS
3. SELEÇÃO DE PESSOAL (ATIVIDADE PRÁTICA SUPERVISIONADA)
4. APLICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO HUMANO
 - 4.1 A APLICAÇÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS: A RELEVÂNCIA DO DESENHO DE ORGANIZACIONAL, DESENHO DE CARGOS, ANÁLISE E DESCRIÇÃO DE CARGOS
 - 4.2 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO NAS ORGANIZAÇÕES E A EDUCAÇÃO CORPORATIVA COMO FONTE GERADORA DE DESENVOLVIMENTO HUMANO
 - 4.3 GESTÃO DE CARREIRA E PROCESSO DE SUCESSÃO
5. MANUTENÇÃO DE PESSOAS
 - 5.1 REMUNERAÇÃO ESTRATÉGICA
 - 5.2 PLANOS DE BENEFÍCIOS ESPONTÂNEOS E LEGAIS
 - 5.3 PROGRAMAS DE QUALIDADE DE VIDA LABORAL E RELAÇÕES TRABALHISTAS E SINDICAIS
6. SISTEMAS DE INFORMAÇÕES DE GESTÃO DE PESSOAS
 - 6.1 APLICAÇÕES DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO DE GESTÃO DE PESSOAS: RECURSOS, CAPITAL HUMANO E CAPITAL INTELECTUAL DA EMPRESA
 - 6.2 SISTEMAS DE INFORMAÇÕES, MÉTRICAS E INDICADORES PARA SUPORTE E TOMADA DE DECISÃO
 - 6.3 O BALANCED SCORECARD (BSC) E SUAS PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS

6.Procedimentos de ensino

A disciplina adotará a sala de aula invertida com aulas presenciais teóricas, atividades práticas e conteúdo digital acessível por meio da Sala Virtual de Aprendizagem (SAVA). Serão adotadas diferentes estratégias no processo de ensino-aprendizagem: aprendizagem por pares ou grupo, aprendizagem baseada em problemas, previamente definidos pelo professor e a aprendizagem baseada em projetos - de forma colaborativa, os alunos devem ser envolvidos, a cada aula, nas várias etapas do desafio de entregar como produtos em diferentes momentos da disciplina. Na aprendizagem baseada em projetos, o discente integra diversos conhecimentos, possibilita a troca de saberes, além de desenvolver as habilidades relacionais e o pensamento crítico. Serão utilizados, também: debates estruturados, mapas conceituais, árvore de problemas, giro colaborativo, brainstormings, gamificação e aprendizagem por histórias (Storytelling), estudos de casos, ferramentas digitais e fóruns temáticos. Nessas atividades, serão contempladas a diversidade cultural e o processo de inclusão nas organizações, com ênfase nas características do mercado de trabalho local, visando favorecer uma abordagem contextualizada que



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

contribui para a formação de profissionais comprometidos as demandas regionais. Ao final da aula, será aplicada uma atividade verificadora da aprendizagem que poderá ocorrer, também, através do Webaula, onde o aluno terá acesso ao conteúdo digital da disciplina, poderá resolver questões propostas e explorar conteúdos complementares. O modelo de aprendizagem prevê ainda a realização da Atividade Prática Supervisionada, que são atividades práticas realizadas em laboratórios, bibliotecas e trabalhos individuais e/ou em grupo que fazem parte do ecossistema de aprendizagem global e local.

7.Procedimentos de avaliação:

Os procedimentos de avaliação contemplarão as competências desenvolvidas durante a disciplina, divididos da seguinte forma: AV e AVS AV - Contemplará todos os temas abordados pela disciplina e será assim composta: Prova individual com valor total de 7 (sete) pontos; Atividades acadêmicas avaliativas com valor total de 3 (três) pontos. Detalhamento das atividades que compõe os 3 pontos: i. Elaboração de uma estratégia de divulgação de vaga em Redes Sociais ii. A atividade contempla as aulas 5, 6 e 7 da disciplina, iii. Deverá ser realizada individualmente e valerá até 3,0 pontos e detalhada ao final da aula 5. A soma de todos os instrumentos que possam vir a compor o grau final da AV não poderá ultrapassar o grau máximo de 10 (dez) pontos. AVS - Contemplará todos os temas abordados pela disciplina. Será composta por uma prova no formato PNI - Prova Nacional Integrada, com total de 10 pontos, e substituirá a nota da AV, caso seja maior. Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda: - atingir nota igual ou superior a 6 (seis) na prova de AV ou AVS; - frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.

8.Bibliografia Básica:

CAMACHO, Marcelo. Gestão Estratégica de Pessoas. Rio de Janeiro: SESES, 2016.
Disponível em: Acervo Digital

Dutra, Joel Souza. Gestão de pessoas: realidade atual e desafios futuros. São Paulo: Atlas, 2017.
Disponível em: Acervo Digital

GIL, Antonio Carlos. Gestão de pessoas: enfoque nos papéis estratégicos. 2. São Paulo: Atlas, 2019.
Disponível em: Acervo Digital

9.Bibliografia Complementar:

BARBIERI, Ugo Franco. Gestão de pessoas nas organizações: a aprendizagem da liderança e da inovação. São Paulo: Grupo GEN, 2013.
Disponível em: Acervo Digital

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Barueri: Manole, 2014.
Disponível em: Acervo Digital

DUTRA, Joel Souza. Gestão de pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas. 2. São Paulo: ATLAS, 2016.
Disponível em: Acervo Digital

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Recursos Humanos - Estratégia e Gestão de Pessoas na Sociedade Global. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2014.
Disponível em: Acervo Digital



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de Pessoas. 16. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2016.
Disponível em: Acervo Digital



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

Aluno: 202308416596 - PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA CABRAL**Disciplina:** ARA0104 - LIDERANÇA E COACHING**Matéria:**

Carga Horária Total		Carga Horária Semanal
Teórica:	60	3
Prática:	0	0
Campo:	0	0
Atividade:	20	1
Estágio:	0	0
EAD:	0	0

Tipo Curso: 11 - GRADUAÇÃO**Curso(s):** 2 - ADMINISTRAÇÃO**Versão Plano de Disciplina:** 6**Vigência:** 19/07/2024 Até o momento

1.Contextualização:

2.Ementa:

Introdução à liderança. Modelos tradicionais e contemporâneos de liderança. Autoconhecimento para a gestão e liderança. Liderança para alto desempenho. Diagnóstico de competências individuais. Elaboração do Plano de Desenvolvimento Individual.

3.Objetivos Gerais:

- articular o autoconhecimento do seu perfil individual com os desafios do exercício da liderança, usando ferramentas de autodiagnóstico para identificar as competências e habilidades críticas para o seu contexto profissional; - argumentar sobre o processo de liderança, analisando e sistematizando os diferentes tipos de gestão e poder para apontar o impacto sobre as atitudes e o desempenho das equipes de trabalho; - analisar os diferentes estilos de liderança, baseando-se na fundamentação das teorias desenvolvidas, para aplicar práticas estruturadas que possam impactar positivamente o desempenho das equipes e favoreçam o alcance dos resultados; - identificar as melhores práticas de liderança a partir de ações de benchmarking, para ampliar as possibilidades de inclusão, igualdade de direitos, e respeito à diversidade e ao multiculturalismo; - examinar a necessidade de utilização das técnicas de coaching, analisando diferentes contextos individuais e organizacionais para sugerir sua aplicação e estabelecer com o coachee um processo de mudança planejada; - desenvolver o próprio perfil de competências, aplicando a ferramenta PAT PERFIL para identificar suas fragilidades e potencialidades individuais; - elaborar um Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), usando metodologia apropriada para identificar os principais gaps e potenciais na proposição de objetivos e ações de melhoria a serem empreendidas.

4.Objetivos Específicos:



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

5. Conteúdos:

1. INTRODUÇÃO À LIDERANÇA
 - 1.1 FUNDAMENTOS DE LIDERANÇA, GESTÃO E PODER
 - 1.2 LIDERANÇA ÉTICA E LIDERANÇA SERVIDORA
 - 1.3 PRÁTICAS DA LIDERANÇA
2. MODELOS CONTEMPORÂNEOS DE LIDERANÇA
3. MODELOS TRADICIONAIS DE LIDERANÇA (ATIVIDADE PRÁTICA SUPERVISIONADA)

6. Procedimentos de ensino

A disciplina deve privilegiar a adoção nas aulas de uma aprendizagem baseada nos seguintes pilares para que cada objetivo seja alcançado. 1. Aprendizagem baseada em projetos - os alunos devem ser envolvidos nas etapas relacionadas à realização do autodiagnóstico de competências usando a ferramenta PAT PERFIL, e nos procedimentos necessários para elaboração e entrega do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), produto final da disciplina. 2. Aprendizagem baseada em problemas - os alunos devem ser provocados a aplicar a base teórico-conceitual estudada na análise dos resultados obtidos com a aplicação das ferramentas de autodiagnóstico que permitem a identificação de seu perfil individual. 3. Aprendizagem em pares ou grupos - os alunos devem operacionalizar por meio da elaboração de resenhas ou apresentações, os debates acerca dos diferentes estilos de liderança, das habilidades inerentes a cada tipo de comportamento do líder empregado em diferentes situações organizacionais e do emprego da técnica de coaching em diferentes contextos individuais e organizacionais. De modo transversal, sugere-se que outras duas metodologias sejam adotadas de modo complementar em todas as aulas. 4. Sala de aula invertida - os alunos devem ser orientados a pesquisar conteúdos, assistir vídeos e realizar leituras prévias que estejam relacionadas aos temas a serem abordados nas aulas seguintes, de tal modo a se prepararem para uma melhor interação com o professor e com seus pares em sala de aula, esclarecendo dúvidas e propondo novas questões para o debate. 5. Gamificação - aplicativos como o Google Forms, Kahoot, Socrative, Mentimeter, FunRetro e Mindmeister podem ser utilizados para estimular a participação dos alunos em jogos interativos realizados em sala ou em atividades entre aulas, a fim de facilitar e consolidar o aprendizado de conceitos essenciais abordados na disciplina. Destaca-se ainda que toda aula deve necessariamente ser iniciada com a preleção do professor, contextualizando os temas a serem abordados em cada aula, explicando os objetivos a serem alcançados e realizando a necessária exposição teórico-conceitual quando necessário. Sugere-se que ao final de cada encontro em sala de aula e no período pós-aula, usando a Sala de Aula Virtual de Aprendizagem (SAVA) ou outras ferramentas digitais, seja realizada alguma atividade verificadora da aprendizagem que permita ao professor colher informações sobre o desempenho dos alunos, fundamentando o feedback a ser dado posteriormente, e se for o caso, redirecionando suas práticas pedagógicas. O modelo de aprendizagem prevê ainda a realização da Atividade Prática Supervisionada, que são atividades práticas realizadas em laboratórios, bibliotecas e trabalhos individuais e/ou em grupo que fazem parte do ecossistema de aprendizagem global e local.

7. Procedimentos de avaliação:

O processo de avaliação oficial se dá através de NOTA FINAL ÚNICA, estabelecida ao fim do semestre. Os procedimentos de avaliação contemplarão competências desenvolvidas durante a disciplina nos âmbitos presencial e digital. Indicações para procedimentos e critérios de avaliação: As avaliações poderão ser realizadas por meio de atividades teóricas e/ou práticas, e realização de projetos ou trabalhos, representando atividades acadêmicas de ensino, de acordo com as especificidades da disciplina, permitindo desta forma avaliar a evolução do aluno no desenvolvimento das competências e na construção do conhecimento alvo da disciplina. A soma de todas as atividades que possam vir a

**SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS**

compor o grau final da NF não poderá ultrapassar o máximo de 10 (dez) pontos e uma delas deverá estar vinculada ao crédito digital no valor de 2,5 (dois e meio pontos). A atividade principal de avaliação para a composição da Nota Final (NF) será realizada de forma individual, valerá até 7,5 (sete pontos e meio), deverá ser divulgada na aula 8, e constará das seguintes etapas: a) Acesso à ferramenta de mapeamento de competências disponibilizada pelo professor; b) Preenchimento do formulário respondendo ao questionário que liberará cada Relatório/Mapa de Competências; c) De posse do seu Relatório - usando como base as aulas trabalhadas pelo professor sobre o mapeamento de competências - cada aluno deverá identificar aquelas que precisará desenvolver, a partir das próprias perspectivas; d) A partir desta identificação, o aluno deverá elaborar o Plano de Desenvolvimento Individual - PDI, segundo as orientações dadas pelo professor durante a aula sobre este assunto; e) Na aula 15, o aluno deverá entregar o seu Relatório em conjunto com o PDI, para análise, atribuição de valor e feedback dado pelo professor. A segunda atividade da avaliação que será detalhada na aula 12, também será realizada de maneira individual, valerá até 2,5 (dois pontos e meio) na composição da Nota Final, e deverá ser desenvolvida da seguinte maneira: a) O aluno (individualmente) deverá realizar uma pesquisa de campo em empresas da sua região (ou pela internet), identificando Dicas Práticas de Liderança, à luz do conteúdo digital trabalhado pela disciplina; b) O resultado desta pesquisa deverá se transformar em um Relatório descritivo (mínimo 3 laudas), indicando as empresas pesquisadas informando sobre o tamanho/porte e segmento de atuação e as dicas práticas identificadas; c) Ao tecer suas considerações finais no Relatório, o aluno deverá apresentar suas análises críticas a partir das dicas pesquisadas, estabelecendo associações com o conteúdo da disciplina, e pontuando as vantagens e desvantagens para os envolvidos no processo; d) O produto desta atividade deverá ser entregue ao professor na aula 15. Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda: - atingir resultado igual ou superior a 6,0; - frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.

8. Bibliografia Básica:

ESCORSIN, Ana Paula; WALGER, Carolina. Liderança e Desenvolvimento de Equipes. 1. Curitiba: Intersaberes, 2017.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/49425/pdf>

LOTZ, Érika Gisele; GRAMMS, Lorena. Coaching e Mentoring. 1. Curitiba: Intersaberes, 2014.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/6525/pdf>

MANDELLI, Pedro; LORIGGIO, Antônio. Liderando para alta performance. 1. Petrópolis: Vozes, 2017.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/155420/pdf>

9. Bibliografia Complementar:

JUCÁ, Fernando. Academia de liderança: como desenvolver sua capacidade de liderar. 1. Campinas: Papirus, 2013.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/3687/pdf>

KYRILLOS, Leny; SARDENBERG, Carlos Alberto. Comunicação e Liderança. 1. São Paulo: Contexto, 2019.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/173126/pdf>

ROBBINS, Stephen P. Fundamentos do comportamento organizacional. 12. São Paulo: Pearson Education, 2014.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/10202/pdf>



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

SELMAN, Jim. Liderança. 1. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/3276/pdf>

TESTA, Jean-Pierre. Coleção caixa de ferramentas - Liderança. 1. São Paulo: Saraiva, 2018.
Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131440/cfi/0!/4/4@0.00:67.3>



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

Aluno: 202308416596 - PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA CABRAL

Disciplina: ARA0149 - MARKETING 4.0

Matéria:

Carga Horária Total		Carga Horária Semanal
Teórica:	0	0
Prática:	0	0
Campo:	0	0
Atividade:	0	0
Estágio:	0	0
EAD:	80	4

Tipo Curso: 11 - GRADUAÇÃO

Curso(s): 2 - ADMINISTRAÇÃO

Versão Plano de Disciplina: 5

Vigência: 09/08/2024 Até o momento

1.Contextualização:

2.Ementa:

CULTURA DA CONVERGÊNCIA. DO TRADICIONAL AO DIGITAL. ESTRATÉGIAS E TÁTICAS 4.0. NEGÓCIOS NA ERA DIGITAL.

3.Objetivos Gerais:

Produzir conteúdo para o Marketing 4.0, embasando-o na estrutura técnica que forma as principais plataformas digitais, para alimentar as mídias digitais e dialogar com os novos consumidores. Criar projetos de gestão e monitoramento para campanhas digitais, considerando as métricas produzidas na web, para compreender o engajamento de projetos, produtos e serviços. Coletar os dados produzidos em projetos específicos no Marketing 4.0, realizando a coleta por sistemas automatizados, para a apuração, análise e interpretação da nova jornada de consumo. Analisar e interpretar os dados produzidos, em projetos específicos, no Marketing 4.0, considerando aspectos técnicos e estruturais, para desenvolvimento de estratégias. Definir estratégias de atuação, considerando as transformações midiáticas e seus impactos na sociedade, para promover melhorias na interação entre a organização e seu público-alvo.

4.Objetivos Específicos:

5.Conteúdos:

1. DO TRADICIONAL AO DIGITAL

1.1 TENDÊNCIAS E PARADIGMAS

1.2 MARKETING 4.0

2. ESTRATÉGIAS E TÁTICAS 4.0



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

- 2.1 O NOVO COMPORTAMENTO E AS EXIGÊNCIAS DOS CLIENTES
- 2.2 AS NOVAS MANEIRAS DE UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS PARA A INTERAÇÃO COM O CLIENTE E A TRANSMISSÃO DE INFORMAÇÕES
- 2.3 AS FERRAMENTAS DIGITAIS PARA A RELAÇÃO COM O CLIENTE E O MERCADO ONLINE

3. MARKETING EM AMBIENTES VIRTUAIS

4. NEGÓCIOS NA ERA DIGITAL

4.1 OS FUNDAMENTOS DO E-BUSINESS

4.2 A IMPORTÂNCIA DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

4.3 AS APLICAÇÕES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E CIÊNCIA DE DADOS PARA NEGÓCIOS DIGITAIS

6.Procedimentos de ensino

Aulas interativas em ambiente virtual de aprendizagem, didaticamente planejadas para o desenvolvimento de competências, tornando o processo de aprendizado mais significativo para os alunos. Na sala de aula virtual, a metodologia de ensino contempla diversas estratégias capazes de alcançar os objetivos da disciplina. Os temas das aulas são discutidos e apresentados em diversos formatos como leitura de textos, vídeos, hipertextos, links orientados para pesquisa, estudos de caso, podcasts, atividades animadas de aplicação do conhecimento, simuladores virtuais, quiz interativo, simulados, biblioteca virtual e Explore + para que o aluno possa explorar conteúdos complementares e aprofundar seu conhecimento sobre as temáticas propostas.

7.Procedimentos de avaliação:

Os procedimentos de avaliação contemplarão as competências desenvolvidas durante a disciplina por meio de provas presenciais, denominadas AV e AVS, sendo a cada uma delas atribuído o grau de 0,0 (zero) a 10 (dez) no formato PNI - Prova Nacional Integrada. Caso o aluno não atinja o resultado desejado na prova de AV, ele poderá recuperar sua nota na prova de AVS. Será composta por uma prova no formato PNI - Prova Nacional Integrada, com total de 10 pontos, e substituirá a nota da AV, caso seja maior. Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda: - atingir nota igual ou superior a 6 (seis) na prova de AV ou AVS; - frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.

8.Bibliografia Básica:

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 15. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

Disponível em: acervo digital

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0 do Tradicional ao digital. São Paulo: Sextante, 2017.

Disponível em: acervo digital

READE, D. V., MOLA, J., ROCHA, M., S.L.I.D.O. Marketing: Novas tendências. 1. São Paulo: Saraiva, 2015.

Disponível em: acervo digital

9.Bibliografia Complementar:



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

ASSAD, Nancy. Marketing de Conteúdo - Como Fazer sua Empresa Decolar no Meio Digital. São Paulo: Atlas, 2017.

Disponível em: acervo digital

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 15. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2019.

Disponível em: acervo digital

LIMEIRA, Vidigal, T. M. Marketing B2B. 2. São Paulo: Saraiva, 2015.

Disponível em: acervo digital

SAMARA, Beatriz S. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Pearson/ Prentice-Hall, 2015.

Disponível em: acervo digital

TURCHI, Sandra R. Estratégia de Marketing Digital e E-Commerce. São Paulo: Atlas, 2019.

Disponível em: acervo digital



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

Aluno: 202308416596 - PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA CABRAL

Disciplina: ARA1517 - MÉTODOS QUANTITATIVOS

Matéria:

Carga Horária Total		Carga Horária Semanal
Teórica:	0	0
Prática:	0	0
Campo:	0	0
Atividade:	0	0
Estágio:	0	0
EAD:	80	4

Tipo Curso: 11 - GRADUAÇÃO

Curso(s): 2 - ADMINISTRAÇÃO

Versão Plano de Disciplina: 1

Vigência: 25/07/2024 Até o momento

1.Contextualização:

2.Ementa:

RETAS E PLANOS Vetores e Espaços Vetoriais Matrizes e Determinantes Sistemas de Equações e Transformações Lineares A PESQUISA OPERACIONAL COMO FERRAMENTA DE APOIO À DECISÃO Aplicações da programação linear

3.Objetivos Gerais:

Compreender o conceito, a origem e as aplicações da Pesquisa Operacional para fins de apoio ao processo de tomada de decisão na atuação como gestor, em especial, na solução de problemas complexos.. Discutir os problemas clássicos de programação linear a fim de entender a técnica de modelagem e a importância desse campo do conhecimento, essencial para a sua formação e atuação no processo de decisão de problemas complexos.. Dominar a técnica da dualidade facilitará solução de problemas complexos de programação linear. Por sua vez, a análise de sensibilidade o ajudará a responder a diversas questões gerenciais, relacionadas a solução de problemas de programação linear, incerteza ou erros de estimativa quanto aos coeficientes do modelo.. Dominar a solução de problemas de programação linear, seja por meio do método simplex, ou pela utilização de softwares, permitirá que você aplique a técnica de modelagem no processo de decisão de problemas complexos de diversas origens, em especial em sua atuação profissional. Definir e aplicar sistemas lineares e transformações lineares no plano.

4.Objetivos Específicos:

5.Conteúdos:

1. A PESQUISA OPERACIONAL COMO FERRAMENTA DE APOIO À DECISÃO

1.1 CONCEITOS GERAIS DE PESQUISA OPERACIONAL E SUA IMPORTÂNCIA NO PROCESSO DE



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

TOMADA DE DECISÃO

1.2 AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS E PROPRIEDADES DE UM MODELO DE PROGRAMAÇÃO LINEAR

1.3 O MÉTODO GRÁFICO PARA A SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE PROGRAMAÇÃO LINEAR

2. APLICAÇÕES DA PROGRAMAÇÃO LINEAR

2.1 A TÉCNICA DE MODELAGEM EM PROBLEMAS CLÁSSICOS DE PROGRAMAÇÃO LINEAR

2.2 A TÉCNICA DE MODELAGEM NOS PROBLEMAS DE TRANSPORTE E TRANSBORDO

2.3 A TÉCNICA DE MODELAGEM EM PROBLEMAS DE ALOCAÇÃO

3. DUALIDADE E ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

3.1 A DUALIDADE PARA SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE PROGRAMAÇÃO LINEAR

3.2 A SENSIBILIDADE DA SOLUÇÃO OBTIDA PARA PROBLEMAS DE PROGRAMAÇÃO LINEAR EM RELAÇÃO À INCERTEZA OU ERROS DE ESTIMATIVA QUANTO AOS COEFICIENTES DO MODELO

4. MÉTODO SIMPLEX

4.1 EMPREGAR O MÉTODO SIMPLEX PARA A SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE PROGRAMAÇÃO LINEAR

4.2 APLICAR O SOLVER PARA SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE PROGRAMAÇÃO LINEAR

6.Procedimentos de ensino

Aulas interativas em ambiente virtual de aprendizagem, didaticamente planejadas para o desenvolvimento de competências, tornando o processo de aprendizado mais significativo para os alunos. Na sala de aula virtual, a metodologia de ensino contempla diversas estratégias capazes de alcançar os objetivos da disciplina. Os temas das aulas são discutidos e apresentados em diversos formatos como leitura de textos, vídeos, hipertextos, links orientados para pesquisa, estudos de caso, podcasts, atividades animadas de aplicação do conhecimento, simuladores virtuais, quiz interativo, simulados, biblioteca virtual e Explore + para que o aluno possa explorar conteúdos complementares e aprofundar seu conhecimento sobre as temáticas propostas.

7.Procedimentos de avaliação:

Os procedimentos de avaliação contemplarão as competências desenvolvidas durante a disciplina por meio de provas presenciais, denominadas AV e AVS, sendo a cada uma delas atribuído o grau de 0,0 (zero) a 10 (dez) no formato PNI - Prova Nacional Integrada. Caso o aluno não atinja o resultado desejado na prova de AV, ele poderá recuperar sua nota na prova de AVS. Será composta por uma prova no formato PNI - Prova Nacional Integrada, com total de 10 pontos, e substituirá a nota da AV, caso seja maior. Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda: - atingir nota igual ou superior a 6 (seis) na prova de AV ou AVS; - frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.

8.Bibliografia Básica:

BARBOSA, Marcos Antonio. Iniciação à Pesquisa Operacional no Ambiente de Gestão (Biblioteca Virtual).. Curitiba: Intersaberes, 2015.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/30383>

COLIN, Emerson C. Pesquisa operacional : 170 aplicações em estratégia, finanças, logística, produção, marketing e vendas (Minha Biblioteca).. 2. SÃO PAULO: ATLAS, 2018.



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597014488/cfi/6/2!/4/2/2@0:0>

SILVA, Ermes Medeiros da. Pesquisa Operacional para os Cursos de Administração e Engenharia: Programação Linear: Simulação (Minha Biblioteca).. 5. São Paulo: Atlas, 2017.

Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597013559/cfi/6/10!/4/2@0:0>

9. Bibliografia Complementar:

ANDRADE, Eduardo Leopoldino de. Introdução à pesquisa operacional : métodos e modelos para análise de decisões (Minha Biblioteca).. 5. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597014488/cfi/6/2!/4/2/2@0:0>

BEZERRA, Cícero Aparecido. Técnicas de planejamento, programação e controle de produção e introdução à programação linear (Biblioteca Virtual).. Curitiba: Intersaberes, 2014.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/6598>

LACHTERMACHER, Gerson. Pesquisa operacional na tomada de decisões (Minha Biblioteca).. 5. Rio de Janeiro: LTC

Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788521630494/cfi/6/2!/4/2/2@0:0>

MOREIRA, Daniel Augusto. Pesquisa operacional: curso introdutório (Minha Biblioteca).. 2. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522128068/cfi/0!/4/4@0.00:0.00>

PEREIRA, Adriano Toledo. Métodos quantitativos aplicados à contabilidade (Biblioteca Virtual).. 9. Curitiba: Intersaberes, 2014.

Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/22490>



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

Aluno: 202308416596 - PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA CABRAL

Disciplina: ARA1351 - TEORIA DAS ORGANIZAÇÕES

Matéria:

Carga Horária Total		Carga Horária Semanal
Teórica:	0	0
Prática:	0	0
Campo:	0	0
Atividade:	0	0
Estágio:	0	0
EAD:	80	4

Tipo Curso: 11 - GRADUAÇÃO

Curso(s): 2 - ADMINISTRAÇÃO

Versão Plano de Disciplina: 9

Vigência: 24/08/2024 Até o momento

1.Contextualização:

2.Ementa:

OS PRIMÓRDIOS DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO. O SURGIMENTO DA ADMINISTRAÇÃO COMO CIÊNCIA. A PERSPECTIVA MODERNA DA ADMINISTRAÇÃO. A PERSPECTIVA CONTEMPORÂNEA DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO. AS TENDÊNCIAS DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO.

3.Objetivos Gerais:

Relacionar as principais perspectivas e os pressupostos das escolas do pensamento administrativo, considerando suas especificidades, inter-relações e contextos, a fim de verificar a relação com a eficiência e eficácia das organizações no contexto contemporâneo. Analisar a evolução temporal do pensamento administrativo, como base na Teoria Geral da Administração, para identificar as influências de diferentes escolas nas organizações contemporâneas. Examinar aspectos comportamentais nas relações de trabalho, a partir das escolas das relações humanas, comportamentais e das teorias motivacionais, para simular um planejamento estratégico na gestão de pessoas. Formular processos de mudanças, analisando os ambientes interno e externo das organizações, à luz das escolas do pensamento administrativo, para adaptá-las a novos cenários e propor formas inovadoras de atuação. Analisar o fenômeno administrativo atual em sua complexidade, articulando-o com as diferentes abordagens contempladas pela Teoria Geral da Administração, para fundamentar a tomada de decisões e traçar estratégias organizacionais. Produzir a articulação entre os conceitos teóricos e a apropriação destes pelas organizações contemporâneas, a partir da compreensão das abordagens sistêmica e contingencial, para elaborar estratégias e planos de ação consistentes e alinhados com os objetivos organizacionais.

4.Objetivos Específicos:



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

5. Conteúdos:

1. OS PRIMÓRDIOS DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DA ADMINISTRAÇÃO E AS PRINCIPAIS INFLUÊNCIAS DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO

1.2 A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E A REVOLUÇÃO DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO

1.3 O PENSAMENTO DOS ECONOMISTAS LIBERAIS E OS PRIMEIROS GRANDES EMPREENDEDORES

2. O SURGIMENTO DA ADMINISTRAÇÃO COMO CIÊNCIA

2.1 AS CONTRIBUIÇÕES DE FREDERICK TAYLOR PARA A ADMINISTRAÇÃO CIENTÍFICA E DE HENRY FAYOL PARA A ADMINISTRAÇÃO CLÁSSICA

2.2 O MODELO BUROCRÁTICO DE MAX WEBER

2.3 AS ORIGENS DA ESCOLA DAS RELAÇÕES HUMANAS

3. AS TEORIAS MODERNAS DA ADMINISTRAÇÃO

3.1 A TEORIA ESTRUTURALISTA E A TEORIA DOS SISTEMAS

3.2 A TEORIA NEOCLÁSSICA E A TEORIA COMPORTAMENTAL DA ADMINISTRAÇÃO

3.3 A TEORIA DO DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL E A TEORIA DA CONTINGÊNCIA

4. A PERSPECTIVA CONTEMPORÂNEA DO PENSAMENTO ADMINISTRATIVO (ATIVIDADE PRÁTICA SUPERVISIONADA)

4.1 O PARADOXO DAS CIÊNCIAS

4.2 AS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS E OS DESAFIOS DA NOVA ECONOMIA

4.3 A EXCELÊNCIA EMPRESARIAL

5. ADMINISTRAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

5.1 OS PARADIGMAS PARA ANÁLISE DA TEORIA SOCIAL DE BURRELL E MORGAN

5.2 AS PERSPECTIVAS ORGANIZACIONAIS CONTEMPORÂNEAS DE ANN CUNLIFFE

5.3 A PERSPECTIVA CRÍTICA SOBRE A ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA DE VINCENT DE GAULEJAC

6. Procedimentos de ensino

Para que os objetivos propostos sejam alcançados, a disciplina deve privilegiar, em cada uma das aulas, a adoção estratégias que tornem o aluno protagonista de seu aprendizado. Nesse sentido, de acordo com as características de cada aula e dos conteúdos por ela abordados, poderão ser contemplados: Aprendizagem baseada em problemas - os alunos devem ser provocados a aplicar a base teórico-conceitual estudada para superar as dificuldades inerentes à análise de cenários e problemas organizacionais e de mercado. Realização de estudos de casos - diferentes exemplos de contextos organizacionais devem ser submetidos à análise dos alunos, estimulando sua reflexão crítica acerca do seu papel na tomada de decisões e na construção de estratégias. Aprendizagem em pares ou grupos - os alunos devem operacionalizar os processos, técnicas e ferramentas de gestão para desenvolverem soluções para problemas organizacionais ou de mercado. De modo transversal, sugere-se que outras duas metodologias sejam adotadas de modo complementar em todas as aulas. Sala de aula invertida - os alunos devem ser estimulados a pesquisar conteúdos, assistir vídeos e realizar leituras prévias que estejam relacionadas aos temas a serem abordados nas aulas seguintes, de tal modo a se prepararem para uma melhor interação com o professor e com seus pares em sala de aula, esclarecendo dúvidas e



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

propondo novas questões para o debate. Gamificação - aplicativos como o Kahoot podem ser utilizados para estimular a participação dos alunos em jogos interativos que facilitam o aprendizado de conceitos básicos da disciplina. Destaca-se, ainda, que toda aula deve ser iniciada com a contextualizando os temas a serem abordados em cada aula a partir de uma situação problema. Ao final de cada encontro em sala de aula, será aplicada uma atividade verificadora da aprendizagem que poderá contar com o uso de ferramentas digitais e da Sala de Aula Virtual de Aprendizagem. O modelo de aprendizagem prevê ainda a realização da Atividade Prática Supervisionada, que são atividades práticas realizadas em laboratórios, bibliotecas e trabalhos individuais e/ou em grupo que fazem parte do ecossistema de aprendizagem global e local.

7.Procedimentos de avaliação:

Os procedimentos de avaliação contemplarão as competências desenvolvidas durante a disciplina por meio de provas presenciais, denominadas AV e AVS, sendo a cada uma delas atribuído o grau de 0,0 (zero) a 10 (dez) no formato PNI ? Prova Nacional Integrada. Caso o aluno não atinja o resultado desejado na prova de AV, ele poderá recuperar sua nota na prova de AVS. Será composta por uma prova no formato PNI - Prova Nacional Integrada, com total de 10 pontos, e substituirá a nota da AV, caso seja maior. Para aprovação na disciplina, o aluno deverá, ainda: - atingir nota igual ou superior a 6 (seis) na prova de AV ou AVS; - frequentar, no mínimo, 75% das aulas ministradas.

8.Bibliografia Básica:

Maximiano, Antonio Cesar Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital. 8. São Paulo: Atlas, 2018.
Disponível em: Acervo Digital

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Teoria Geral da Administração: uma abordagem prática. 3. São Paulo: Grupo GEN, 2013.
Disponível em: Acervo Digital

SOUZA, Helcimara Affonso de. Teoria Geral da Administração. Rio de Janeiro: SESES, 2015.
Disponível em: Acervo Digital

9.Bibliografia Complementar:

BERNANDES, Cyro. Teoria Geral da Administração: gerenciando empresas brasileiras. 1. São Paulo: Saraiva, 2014.
Disponível em: Acervo Digital

Frederick W. Taylor; tradução Arlindo Vieira Ramos. Princípios de Administração Científica. 9. Rio de Janeiro: LTC, 2020.
Disponível em: Acervo Digital

GIL, Antonio Carlos.. Rio de Janeiro: Atlas, 2016. Teoria Geral da Administração - Dos Clássicos à Pós modernidade. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.
Disponível em: Acervo Digital

JONES, Gareth R. Fundamentos da administração contemporânea. Porto Alegre: AMGH, 2012.
Disponível em: Acervo Digital



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS

LACOMBE, Francisco. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Saraiva, 2010.

Disponível em: Acervo Digital

Error: Subreport could not be shown.



SECRETARIA SETORIAL DE ALUNOS