



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco
Conselho Superior

RESOLUÇÃO CONSUP/IFPE Nº 299, DE 25 DE SETEMBRO DE 2025

Aprova o Projeto Pedagógico do curso de MBA em
Gestão Empresarial do IFPE, *Campus* Paulista.

O PRESIDENTE DO CONSELHO SUPERIOR DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO, no uso das atribuições previstas no Regimento Interno do Conselho e tendo em vista

I - o Processo Administrativo nº 23737.022920/2024-05; e

II - a 2ª Reunião Ordinária de 2025 do Conselho Superior do IFPE, realizada em 28 de abril,

RESOLVE:

Art. 1º Fica aprovado o Projeto Pedagógico do curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* Master in Business Administration – MBA em Gestão Empresarial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IFPE, *Campus* Paulista, na forma do Anexo desta Resolução.

Art. 2º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação no site do IFPE na internet e/ou no Boletim de Serviços do IFPE.

(assinado eletronicamente)
JOSÉ CARLOS DE SÁ JUNIOR



Documento assinado eletronicamente por **Jose Carlos de Sa Junior, Presidente(a) do Conselho Superior**, em 26/09/2025, às 10:03, conforme art. 6º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ifpe.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **2026951** e o código CRC **DAEAA58E**.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL
E TECNOLÓGICA INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO**

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL

PAULISTA

2024

EQUIPE GESTORA**Reitor**

José Carlos de Sá

Pró-Reitoria de Ensino

Magadã Lira

Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação

Gabriela Lins Falcão

Pró-Reitoria de Extensão

Laura Fabiana da Silva Caliento

Pró-Reitoria de Desenvolvimento Institucional

Juliana Souza de Andrade

Pró-Reitoria de Administração

Aurino César Santiago de Souza

Diretoria Geral

George Alberto Gaudêncio de Melo

Diretoria de Ensino

Alba Oliveira Barbosa

Diretoria de Administração e Planejamento

Fagner Stewart Santiago

Divisão de Pesquisa e Extensão

Luiz Guimarães

Coordenação do Curso

Marcelino José Caetano

**COMISSÃO DE FORMULAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE
PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* EM MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL
(PORTARIA Nº 411/2024-DGCPLT)**

Saulo Emmanuel Rocha de Medeiros

Alba de Oliveira Barbosa Lopes

Alexandre Hochmann Behar

Marcelino José Caetano

Paava de Barros de Alencar Carvalho Filgueira

Rosecleide Ramos Ferreira

Luiz Guimarães Ribeiro Neto

Luciano Fernandes Acioli Cabral e Silva

Patrícia de Souza Maciel

João Bosco de Souza

Carlos Gustavo Paiva Rodrigues

Joannes Emmanuel Dantas e Rodrigues de Lima Ricardo

Russell Brandão Cavalcanti

ASSESSORIA PEDAGÓGICA

Viviane Alves de Lima

REVISÃO TEXTUAL

Luciana de Lavor Nunes

LISTA DE QUADROS

Quadro 01	Evolução das turmas de Administração e Manutenção e Suporte em Informática	12
Quadro 02	Apresentação dos Projetos de Extensão	13
Quadro 03	Apresentação dos Projetos de Pesquisa	13
Quadro 04	Matriz curricular do curso de MBA em Gestão Empresarial	22
Quadro 05	Lista de componentes curriculares, módulos, professor responsável e carga horária.	23
Quadro 06	Relação do Pessoal Docente envolvido no Curso	48
Quadro 07	Relação do Pessoal Técnico-administrativo envolvido no curso	49
Quadro 08	Áreas do <i>campus</i>	49
Quadro 09	A Biblioteca do <i>Campus</i> Paulista 540,00 m ² :	50
Quadro 10	Setor Administrativo	51
Quadro 11	Descrição dos equipamentos, Direção de ensino e Coordenações de ADM (Técnico em Administração) e MSI (Técnico em Manutenção e Suporte em Informática)	52
Quadro 12	Descrição de equipamentos da DAE	53
Quadro 13	Descrição de equipamentos das salas de aula	53
Quadro 14	Descrição de equipamentos da Biblioteca	53
Quadro 15	Descrição de equipamentos do laboratório de informática	54
Quadro 16	Descrição de equipamentos da sala dos professores	54
Quadro 17	Descrição de equipamentos da CRADT	55

SUMÁRIO

1	DADOS DE IDENTIFICAÇÃO	6
1.1	IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO	6
1.2	IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	6
2	ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA	7
2.1	HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO	7
2.1.1	O IFPE <i>Campus</i> Paulista	12
2.2	JUSTIFICATIVA	14
2.3	CONCEPÇÃO DO CURSO	17
2.4	OBJETIVOS	18
2.4.1	Objetivo Geral	18
2.4.2	Objetivos Específicos	18
2.5	REQUISITOS E FORMA DE ACESSO	19
2.5.1	Público-alvo	19
2.5.2	Critérios de Seleção	19
2.5.3	Meios de Divulgação do Curso	20
2.6	PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO	20
2.7	CARGA HORÁRIA DO CURSO	21
2.8	PERÍODO E PERIODICIDADE	21
2.9	ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	21
2.9.1	Concepção e Princípios Pedagógicos	21
2.9.2	Estrutura Curricular	22
2.9.3	Matriz Curricular	22
2.9.4	Fluxograma do Curso	25
2.10	ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS	25
2.10.1	Atividades Complementares	25
2.10.2	Avaliação do Processo de Ensino e Aprendizagem	26
2.10.3	Trabalho de Conclusão de Curso	27
2.11	EMENTAS	28
2.12	ACESSIBILIDADE	46
2.13	ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS	46
2.14	CERTIFICAÇÃO	47
2.15	AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO	47
3	CORPO DOCENTE E ADMINISTRATIVO	47
3.1	DADOS DO/A COORDENADOR/A DO CURSO	48
3.2	CORPO DOCENTE	48
3.3	EQUIPE PEDAGÓGICA E ADMINISTRATIVA DO CURSO	49
4	INFRAESTRUTURA FÍSICA	49
5	REFERÊNCIAS	56
	APÊNDICE	59
	ANEXO	99

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

1.1 Identificação da Instituição

Instituição	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco
Razão Social	Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Pernambuco
Sigla	IFPE
Campus	Paulista
CNPJ	10.767.239/0015-40
Categoria Administrativa	Pública Federal
Organização Acadêmica	Instituto Federal
Ato Legal de Criação	Lei no. 11.892 de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e dá outras providências
Endereço	Av. Prefeito Geraldo Pinho Alves, Nº 1.400. Maranguape I,
Cidade/UF/CEP	Paulista - PE, 53441-600
Telefone/Fax	(81) 973390728 - DG
E-mail de contato	direcao.geral@paulista.ifpe.edu.br
Sítio do Campus	www.ifpe.edu.br

1.2 Identificação do Curso

Denominação:	Pós-graduação <i>Lato Sensu</i> em Master in Business Administration - MBA Gestão Empresarial
Área do Conhecimento (Capes):	Administração - 60200006
Subárea do Conhecimento (Capes):	Administração de Empresas - 60201002
Nível:	Pós-Graduação <i>Lato Sensu</i>
Modalidade:	Especialização
Local de oferta:	IFPE <i>Campus Paulista</i>
Periodicidade de oferta:	Anual
Período de Integralização Mínimo:	1 ano e 6 meses (3 semestres)
Período de Integralização Máximo	2 anos (4 semestres)
Número estimado de vagas por turma (mínimo e máximo justificado a partir do EVC):	25

Habilitação/Certificação:	Especialista em Gestão Empresarial
Carga Horária Total dos Componentes (h/r):	360h
Carga Horária para o Trabalho de Conclusão de Curso - TCC (h/r):	30h
Carga Horária Total (CHT) horas-relógio (h/r)	390h

2. ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA

2.1. HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO

Em 23 de setembro de 1909, por meio do Decreto nº 7.566, o Presidente Nilo Peçanha criou, em cada uma das capitais dos Estados do Brasil, as Escolas de Aprendizes Artífices, destinadas ao ensino profissional primário e gratuito. O objetivo dessas escolas era formar operários e contramestres, com os cursos sendo oferecidos sob o regime de externato, funcionando das 10h às 16h. A Escola de Pernambuco iniciou suas atividades em 16 de fevereiro de 1910.

As Escolas de Aprendizes Artífices foram reformuladas em 1918, por meio do Decreto nº 13.064, de 12 de junho, mantendo, porém, sua função de atender meninos de famílias pobres, com poucas alterações no projeto original. Em 1937, a Lei nº 378, de 13 de janeiro, mudou o nome dessas escolas para Liceus Industriais.

A Lei Orgânica do Ensino Industrial (Decreto-Lei nº 4.073, de 30 de janeiro de 1942) trouxe uma transformação significativa, permitindo que as antigas Escolas de Aprendizes Artífices passassem a oferecer o Ensino Médio, tornando-se gradualmente acessíveis a todas as classes sociais. Com a expansão do Ensino Industrial, que abrangia dois ciclos – o básico e o técnico –, essa modalidade passou a ser reconhecida como essencial para o desenvolvimento do país.

Em 1959, a Lei nº 3.552 ampliou a estrutura do Ensino Industrial, e as leis de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 4.024, de 20 de dezembro de 1961) e de Expansão e Melhoria do Ensino (Lei nº 5.692, de 11 de agosto de 1971) também reformularam essa modalidade de ensino.

Ao longo desse período, a Escola de Ensino Industrial do Recife passou por sucessivas denominações, de Escola de Aprendizes Artífices a Liceu Industrial de Pernambuco, Escola Técnica do Recife e, por fim, Escola Técnica Federal de Pernambuco (ETFPE). Esta instituição contribuiu significativamente para a formação de profissionais na região e no país, adaptando-se às necessidades sociais e ao mercado de trabalho. Sua sede foi transferida várias vezes: inicialmente localizada no antigo Mercado Delmiro Gouveia (atualmente Quartel da Polícia Militar de Pernambuco), no bairro do Derby, entre 1910 e 1923; depois no antigo Ginásio Pernambucano, na Rua da Aurora; e, a partir de 1933, na Rua Henrique Dias, nº 609, também no Derby, sendo oficialmente inaugurada em 18 de maio de 1934. Em 17 de janeiro de 1983, a ETFPE mudou-se para a Avenida Professor Luiz de Barros Freire, nº 500, no bairro do Curado, em instalações modernas.

Com a publicação do Decreto nº 5.154, de 23 de julho de 2004, foi criada a modalidade integrada para os Cursos Técnicos, e em 2005, o Decreto nº 5.478 instituiu o Programa de Integração da Educação Profissional ao Ensino Médio na modalidade de Educação de Jovens e Adultos (PROEJA) nas Instituições Federais de Educação Tecnológica.

Através do Decreto nº 53.558, de 13 de fevereiro de 1964, as Escolas Agrotécnicas Federais passaram a ser denominadas Colégios Agrícolas, oferecendo cursos de nível técnico e ginásial na área agrícola. Em 1979, esses Colégios Agrícolas tornaram-se Escolas Agrotécnicas Federais (EAFs), e, em 1993, foram transformadas em Autarquias Federais, com autonomia administrativa e didática, conforme a Lei nº 8.731.

Ao longo dos últimos trinta anos, diversas legislações, como a Lei nº 5.692/71, nº 7.044/82 e nº 8.948/94, promoveram transformações nos Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETs), resultando na expansão das Unidades de Ensino Descentralizadas (UNEDs). O Centro Federal de Educação Tecnológica de Petrolina (CEFET Petrolina) foi criado a partir da Escola Agrotécnica Federal Dom Avelar Vilela, por meio do Decreto Presidencial de 26 de novembro de 1999. Em 2001, a UNED Petrolina, então pertencente ao CEFET-PE, passou a ter maior autonomia.

Em 1999, o Decreto nº 4.019 transformou a ETFPE no Centro Federal de Educação Tecnológica de Pernambuco (CEFET-PE), ampliando seu portfólio de cursos e incluindo programas de Ensino Superior. Com a criação da Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008, foram estabelecidos os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, sucedendo os antigos CEFETs, Escolas Técnicas e Agrotécnicas Federais.

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco (IFPE), constituído pela integração dos antigos CEFETs e Escolas Agrotécnicas, é uma instituição voltada à oferta de Educação Profissional e Tecnológica nas suas diferentes modalidades. Com base nos princípios da indissociabilidade entre Ensino, Pesquisa e Extensão, o IFPE tem como missão promover a formação integral do ser humano e contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade. Sua visão é ser uma referência nacional em formação profissional, promovendo a educação, ciência e tecnologia em benefício da sociedade.

Atualmente, o IFPE é composto por vários campi, com destaque para os estabelecimentos originados das antigas Escolas Agrotécnicas Federais e das unidades do CEFET-PE. O Instituto está comprometido em promover uma educação pública de qualidade, gratuita e transformadora, que atenda às demandas sociais e impulse o desenvolvimento socioeconômico da região.

Recentemente o Governo Federal anunciou que em Pernambuco¹ serão criados *campi* nos municípios de Goiana, Santa Cruz do Capibaribe, Recife, Araripina, Águas Belas e Bezerros, totalizando um investimento de R\$ 150 milhões. Cerca de 8.400 vagas devem ser criadas no Estado, aproximadamente 80% em cursos técnicos integrados ao Ensino Médio.

O IFPE tem a missão de promover a educação profissional, científica e tecnológica, em todos os seus níveis e modalidade, com base na indissociabilidade das ações de Ensino, Pesquisa e Extensão, comprometida com uma prática cidadã e inclusiva, de modo a contribuir para a formação integral do ser humano e o desenvolvimento sustentável da sociedade (IFPE, 2022, p. 21). Como já mencionado, tem como visão ser reconhecido como uma instituição comprometida com uma prática cidadã e inclusiva na formação humana, promotora de transformação social e alinhada até 2026, com o desenvolvimento institucional e com os seus valores de Inclusão, Sustentabilidade, Integridade, Gestão Democrática e Governança Pública, assumidos como um compromisso do IFPE com a comunidade acadêmica e a sociedade. (IFPE, 2012, p. 57). A função social do IFPE propõe condições igualitárias de êxito à comunidade e a valorização da ética e da sustentabilidade, como pode ser observada a seguir:

A função social do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco é promover uma educação pública de qualidade, gratuita e

¹ Disponível em: <https://portal.ifpe.edu.br/ipojuca/noticias/expansao-dos-institutos-federais-criara-maisseis-campi-em-pernambuco/>. Acessado em: 21 de novembro.

transformadora, que atenda às demandas sociais e que impulse o desenvolvimento socioeconômico da região, considerando a formação para o trabalho a partir de uma relação sustentável com o meio ambiente (IFPE, 2012)

Observadas as finalidades da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica, o IFPE atua na oferta de Educação Profissional Técnica de Nível Médio, nas formas integradas, concomitante e subsequente, e na modalidade PROEJA; Educação Superior: cursos de Licenciatura, Bacharelados e Superiores de Tecnologia; cursos de Pós-graduação *Lato Sensu* e curso de Pós-graduação *Stricto Sensu* de Mestrado Interinstitucional (MINTER) e Profissional e de Doutorado Interinstitucional (DINTER). De acordo com o catálogo de programas de cursos *Lato Sensu* e *Stricto Sensu* do ano de 2022, o IFPE apresenta os seguintes programas: Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (Campus Olinda); Mestrado Profissional em Filosofia (Campus Vitória de Santo Antão); Mestrado Profissional em Gestão Ambiental (Campus Recife); Especialização em Tecnologias Sustentáveis nas Ciências Agrárias (Campus Vitória de Santo Antão); Especialização em Desenvolvimento, Inovação e Tecnologias Emergentes (Campus Jaboatão); Especialização em Gestão e Qualidade em Tecnologia da Informação e Comunicação (Campus Jaboatão); Especialização em Inovação e Desenvolvimento de *Software* para Web e Dispositivos Móveis; (Campus Garanhuns); Especialização em Educação Ambiental e Cultural (Campus Recife); Especialização em Educação do Campo (Campus Afogados da Ingazeira); Especialização em Ensino de Ciências – Anos Finais do Ensino Fundamental – EaD* (Diretoria de Educação à Distância); Especialização em Ensino de Física e Matemática (Campus Pesqueira); Especialização em Ensino de Matemática no Ensino Médio – EaD * (Diretoria de Educação à Distância); Especialização em Docência para a Educação Profissional, Científica e Tecnológica – EaD (Diretoria de Educação à Distância); Especialização em Docência para a Educação Profissional e Tecnológica – EaD (Diretoria de Educação à Distância); Especialização em Interdisciplinaridade em Educação e Ciências Humanas (Campus Caruaru); Especialização em Linguagem e Práticas Sociais (Campus Garanhuns); Especialização em Gestão Estratégica em Logística (Campus Cabo); Especialização em Gestão Pública – EaD* (Diretoria de Educação à Distância); Especialização em Matemática (Campus Barreiros); Especialização em Matemática Comercial, Contábil, Econômica, Atuarial e Financeira (Campus Recife); Especialização em Engenharia de Segurança do Trabalho (Campus Caruaru); Especialização em Energia Solar Fotovoltaica – EaD (Campus Pesqueira); Especialização em Sustentabilidade Urbana (Campus

Recife); Especialização em Práticas Interpretativas em Música Popular com Ênfase no Frevo (Campus Recife), nesse contexto, o MBA em Gestão Empresarial do Campus Paulista, será o primeiro MBA da área de gestão e negócios do IFPE.

O IFPE também desenvolve atividades de pesquisa incentivando a ampliação dos Grupos de Pesquisa e buscando parcerias com instituições de fomento, além de estimular trabalhos de pesquisa científica e tecnológica realizados por alunos e docentes.

De acordo com o Catálogo de **Grupos de Pesquisa** do FPE, o IFPE Campus Paulista, desenvolve as seguintes linhas de pesquisa: 1. Mecanismo de captura de atividades informais de aprendizagem suportados por LMS; 2. Sistema de Monitoramento em Tempo Real de Água de um Rio; 3. Detecção, Diagnóstico e Prognóstico de Falhas durante a Operação de Aerogeradores; 4. Índice da qualidade do serviço para integração de sistemas intermodais de transporte urbano de passageiros; 5. Uma Infraestrutura de Suporte à Transferência de Conhecimento da Pesquisa para a Prática da Engenharia de *Software*; 6. Discentes Surdos na Educação Profissional e Tecnológica: Identificando ações, estratégias e recursos desenvolvidos a partir das dissertações do Programa de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (PROFEPT); 7. A Formação do Leitor-Autor: Práticas de Produção Escrita no IFPE; 8. O gênero diário de leitura como ferramenta para o desenvolvimento da autoria nas práticas de leitura e escrita; 9. Desenvolvimento das competências da Indústria 4.0 por discentes dos cursos de Gestão e Negócios do IFPE Campus Paulista: uma proposta de estudo longitudinal; 10. Desigualdade de Oportunidades no Nordeste do Brasil; 11. Aplicação do paradigma IoT para promover o desenvolvimento econômico e social das comunidades da Mata Sul.

No âmbito da Extensão, o IFPE pauta sua ação no Plano Nacional de Extensão Universitária (PNE), aprovado em 1999 pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras, criado em 1987, no qual sinaliza a extensão como um processo educativo, cultural e científico que articula o ensino à pesquisa de forma indissociável, a fim de viabilizar a transformação da sociedade.

Foram desenvolvidos os **projetos de extensão e pesquisa**: 1. Competição organizacional enquanto representação de uma ideologia bélica: uma proposta de construção conceitual a partir do resgate historiográfico. Coordenador: Prof. Dr. Alexandre Hochmann Behar. Orientandos: Douglas Inacio Fragoso Ferreira (bolsista). Genildo Freitas Prado (voluntário). Luany Kelly Figueirôa Alves (voluntária). Raudyane Soares Marreiro (voluntária). 2. Campus Paulista Mais Verde (Ano 2). Coordenadora: Camila Silva de Lima.

Bolsistas: Melissa Araújo de Moraes e Kelli Beatriz de Medeiros Silva. 3. Projeto de extensão Driblando a crise com estratégias de marketing digital e gestão financeira – FIMAR. Coordenadora e docente local: Rosecleide Ramos Ferreira.

Diante dessa experiência em ensino, pesquisa e extensão oferecida pelo IFPE, e em consonância com a atual política do Governo Federal, o Instituto atesta que dispõe de corpo docente, técnico, administrativo e pedagógico qualificado e infraestrutura física adequada que possibilitam oferecer um ensino diferenciado e refinado para a sociedade pernambucana, configurando-se como uma importante ferramenta do Governo Federal para promover a ascensão social daqueles que, através do conhecimento, buscam uma melhor qualidade de vida.

2.1.1 O IFPE *Campus* Paulista

O IFPE- *Campus* Paulista localiza-se às margens da Avenida Brasil, na Av. Prefeito Geraldo Pinho Alves, Nº 1.400, Maranguape I, Paulista/PE CEP: 53441-600. As atividades do *campus* começaram no dia 20 de outubro de 2014 com a aula inaugural para os estudantes, funcionários e convidados dos dois cursos técnicos, a saber: Técnico em Administração e Técnico em Manutenção e Suporte em Informática.

A evolução das turmas e da contratação de professores, por período, foram:

Quadro 1: Evolução das turmas de Administração e Manutenção e Suporte em Informática

	TURMAS ADM	TURMAS MSI	PROFESSORES EFETIVOS
2014.2	2	2	10
2015.1	4	4	17
2015.2	5*	5*	23
2016.1	5	5	24
2016.2	5	5	26
2017.1	6	6	27
2017.2	6	6	27
2018.2	6	6	29
2019.2	6	6	34**

Fonte: Elaboração própria

*Por limitações de espaço, apenas uma entrada de cada curso foi possível. ** Três professores substitutos e 31 efetivos

Como crescimento do *Campus* e a inserção na comunidade local, surgiu a necessidade de se desenvolverem projetos que contemplassem as demandas encontradas nas circunvizinhanças.

A partir de 2015.1, os docentes começaram a se envolver em atividades de Pesquisa e Extensão no *campus*, atendendo às demandas referidas anteriormente.

Seguem os quadros com as listas com os projetos aprovados nos editais:

Quadro 2: Apresentação dos Projetos de Extensão

TÍTULO
Criação de jogo didático para ensino de lógica de programação
Relações de gênero na escola e nas organizações
Desenvolvimento de um aplicativo móvel para o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - <i>Campus</i> Paulista
Desenvolvimento de ações de <i>marketing</i> institucional do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco - <i>Campus</i> Paulista
Criação do Núcleo de Práticas e Análise de Processos Gerenciais
Sistematização de dados e TI: elementos para fomentar ações estratégicas voltadas para a política de Assistência Estudantil e Avaliação Institucional no IFPE.
MOCCA – Modelo de Cadeira Condutória Automatizada
Desenvolvimento de sistema de apoio à Formação Continuada para Manutenção e Suporte em Informática

Fonte: Elaboração própria

Quadro 3: Apresentação dos Projetos de Pesquisa

TÍTULO
Mecanismo de captura de atividades informais de aprendizagem suportados por LMS.
Sistema de Monitoramento em Tempo Real de de Água de um Rio.
Deteção, Diagnóstico e Prognóstico de Falhas durante a Operação de Aerogeradores.
Índice da qualidade do serviço para integração de sistemas intermodais de transporte urbano de passageiros.
Uma Infraestrutura de Suporte à Transferência de Conhecimento da Pesquisa para a Prática da Engenharia de <i>Software</i>
Discentes Surdos na Educação Profissional e Tecnológica: Identificando ações, estratégias e recursos desenvolvidos a partir das dissertações do Programa de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (PROFEPT)
A Formação do Leitor-Autor: Práticas de Produção Escrita no IFPE
O gênero diário de leitura como ferramenta para o desenvolvimento da autoria nas práticas de leitura e escrita.
Desenvolvimento das competências da Indústria 4.0 por discentes dos cursos de Gestão e Negócios do IFPE Campus Paulista: uma proposta de estudo longitudinal; Desigualdade de Oportunidades no Nordeste do Brasil.

Aplicação do paradigma IoT para promover o desenvolvimento econômico e social das comunidades da Mata Sul.

Fonte: Elaboração própria

Atualmente, o Campus Paulista conta dois cursos superiores de tecnologia em Processos Gerenciais e Análise e Desenvolvimento de Sistemas, dois cursos técnicos subsequentes em Administração e Manutenção e Suporte em Informática, dois cursos técnicos integrados em Administração e Informática e dois cursos PROEJA em assistente administrativo e operador de computador.

2.2 JUSTIFICATIVA

Apesar dos desafios econômicos que ainda persistem, a demanda por mão de obra qualificada segue constante no Estado de Pernambuco. Para atender a essa necessidade, é fundamental oferecer uma formação que contemple as diversificadas exigências do setor empresarial. O curso proporcionará o desenvolvimento de diversas competências essenciais, as quais permitirão aos profissionais se destacarem em diferentes áreas de atuação. Nesse contexto, a formação oferecida se configura como um diferencial competitivo, capacitando os participantes a se posicionarem de maneira estratégica no mercado de trabalho, mesmo em um cenário econômico desafiador.

Apenas exemplificando o exposto acima, o Estado de Pernambuco² possui o segundo maior polo médico³ o Brasil, ficando atrás apenas do Estado de São Paulo. Segundo o Sindicato dos Hospitais, existem mais de 400* estabelecimentos de saúde, entre clínicas, pronto-clínicas e hospitais, com aproximadamente 8 mil leitos. O mercado de saúde vive em constante expansão, com abertura de consultórios, centros de diagnóstico e clínicas populares entre os municípios da região metropolitana. A saúde é o terceiro setor que mais contribui com o crescimento do Produto Interno Bruto do Estado, sendo responsável por 11% do total, movimentando direta e indiretamente sistemas produtivos, de manutenção e serviços, chegando

² Disponível em: [³ Disponível em: \[Anexo \\(01\\) Anexo - Resolução nº 299, de 25 de setembro de 2025 \\(2026979\\)\]\(https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/economia/2024/10/recife-se-destacacomo-um-dos-maiores-polos-medicos-do-brasil.html. Acessado em: 21 de novembro de 2024.</p></div><div data-bbox=\)](https://fbh.com.br/hospitalmed-2023-conecta-mercado-com-o-polo-medico-de-saude-depernambuco-segundo-maior-do-brasil-com-faturamento-anual-superior-a-r-7bilhoes/#:~:text=Mesmo%20ap%C3%B3s%20os%20desafios%20enfrentados,polo%20de%20sa%C3%B Ade%20do%20Brasil. Acessado em: 21 de novembro de 2024.</p></div><div data-bbox=)

a gerar mais de 107 mil empregos. O setor de saúde ainda movimenta o turismo de saúde, uma vez que, constantemente, pessoas viajam buscando tratamentos médicos e cirurgias estéticas, mercado com relação direta com a área de gestão empresarial, uma vez que as unidades de saúde necessitam de gestores capacitados para atuarem no controle das rotinas administrativas das unidades de saúde.

Ainda ilustrando sobre o potencial econômico do Estado, o turismo vem crescendo exponencialmente. Em 2023⁴, Pernambuco atraiu 633 mil viagens, movimentando cerca de R\$ 1,7 bilhão na economia estadual. O curso de MBA em Gestão Empresarial é capaz de contribuir com a organização e planejamento da diversidade do mercado turístico, que movimenta sistemas produtivos e de manutenção e serviços, bem como o sistema hoteleiro, o mercado de cerimoniais, agências de viagens, o mercado de eventos, o mercado de entretenimento e o mercado logístico, abrangendo ainda outros mercados informais, destacando-se como uma considerável fonte de empregos.

Associado aos potenciais de saúde e turismo, ainda existem as oportunidades na indústria, comércio, serviço público e consultoria. O curso *lato sensu* em Gestão Empresarial do IFPE Campus *Paulista* busca o desenvolvimento de novos conceitos de formação profissional por meio da inovação em várias áreas da gestão.

O fato de o Campus *Paulista* estar em uma localização privilegiada dentro da área metropolitana do Recife – próximo aos municípios de Olinda, Abreu e Lima, Igarassu, Itapissuma, Itamaracá, e ainda, Jaboatão dos Guararapes, Cabo de Santo Agostinho, estes situados na zona sul – amplia a área de atuação e possibilidades a partir da implantação do curso de MBA. Estas cidades circunvizinhas têm grande potencial econômico em diversas áreas de mercado: turístico, gestão em saúde, gestão pública, além de serem carentes em mão de obra especializada e com grande potencial de desenvolvimento empreendedor. Registre-se ainda que o município do Paulista encontra-se próximo aos acessos estratégicos para outros estados do nordeste.

No município do Paulista⁵, a economia está baseada basicamente nos setores de serviço, possuindo uma grande participação na formação do PIB municipal (R\$ 1.566.473). No setor da

⁴ Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-2023-pernambuco-atraiu-633-milviagens-movimentando-cerca-de-r-1-6-bilhao-na-economiaestadual#:~:text=O%20estado%20de%20Pernambuco%20atraiu,mil%20turistas%20escolheram%20de sti nos%20pernambucanos>. Acessado em: 21 de novembro de 2024.

⁵ Disponível em: <https://fabiobarros.com/pmd/desenvolvimento-economico/>. Acessado em: 21 de novembro de 2024.

indústria, o município se destaca na economia do Estado em função do Polo Industrial de Paratibe e, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Produto Interno Bruto (PIB) do município é o 223º maior do Brasil e o 8º maior de Pernambuco, atingindo R\$ 3.816.017,22 mil, segundo dados do IBGE em 2016. O Produto Interno Bruto *per capita* foi de R\$ 11.720,31. As características econômicas do município corroboram a necessidade de formação na área de gestão e negócios, notadamente na área de Administração.

A relevância da criação do curso de MBA em Gestão Empresarial no IFPE Campus Paulista está diretamente ligada à necessidade de qualificar profissionais capazes de atuar de maneira eficaz nas etapas de operacionalização, planejamento e gestão de micro e pequenos negócios, tanto os já existentes quanto os que possam surgir no Estado de Pernambuco e no Brasil. A proposta do MBA visa garantir a formação de profissionais altamente qualificados, críticos, reflexivos, éticos, criativos e inovadores, alinhados às exigências do mercado e das organizações. O objetivo central do curso é proporcionar uma sólida formação administrativa que permita a otimização das práticas gerenciais em organizações de diferentes setores: público, privado e terceiro setor. Com isso, almeja-se contribuir para o aumento da sobrevivência e longevidade das empresas, tanto no âmbito local quanto nacional.

O grande diferencial deste MBA é oferecer uma formação de nível *lato sensu*, por meio de uma educação pública de excelência. O Campus Paulista já conta com cursos vinculados à área de gestão e negócios, como o Técnico Subsequente e Integrado em Administração e o curso Tecnólogo em Processos Gerenciais. A existência desses cursos permite o compartilhamento de material bibliográfico, infraestrutura e laboratórios, além de possibilitar ações interdisciplinares conjuntas, que envolvem temas pertinentes à área de gestão.

Diante deste cenário, o IFPE Campus Paulista apresenta a proposta de implantação do MBA em Gestão Empresarial, destacando a importância de um esforço colaborativo para sua implementação. O curso visa atender à crescente demanda por uma formação de qualidade, especialmente em um contexto em que muitos indivíduos perderam o poder aquisitivo para arcar com os custos de uma educação privada, em razão da recessão econômica gerada pela pandemia de Covid-19. Nesse sentido, o papel social do IFPE Campus Paulista se torna ainda mais relevante, buscando alternativas que minimizem os impactos sociais dessa crise, promovendo o investimento em capital intelectual e, assim, contribuindo para o retorno do desenvolvimento econômico local e nacional.

2.3 CONCEPÇÃO DO CURSO

O MBA em Gestão Empresarial do IFPE Campus Paulista visa proporcionar uma formação profissional inovadora, com foco no desenvolvimento de novas abordagens para diversas áreas da gestão. A localização estratégica do campus, inserido em uma região que abrange municípios de grande relevância como Recife, Olinda, Abreu e Lima, Igarassu, Itapissuma, Itamaracá, Jaboatão dos Guararapes e Cabo de Santo Agostinho — cidades com expressivo potencial turístico, notável demanda na área de gestão de saúde, carência de gestão pública e grande potencial para o fomento ao empreendedorismo — torna ainda mais significativa a oferta deste curso. A proposta pedagógica busca a integração dos conhecimentos acadêmicos com as realidades do cotidiano, adotando uma abordagem interdisciplinar que destaca a prática profissional como eixo central da formação, garantindo a contextualização, a interdisciplinaridade e a transdisciplinaridade, conforme os princípios do PPPI do IFPE.

De acordo com Santos, Silva e Silva (2012), a contextualização⁶ consiste em construir significados que, ao incorporar valores, explicitem o cotidiano, com uma abordagem social e cultural que facilite o processo de aprendizagem. Esse processo visa capacitar o aluno para entender a relevância do conhecimento e utilizá-lo na análise dos fatos que o cercam. Já para Thiesen (2008), a educação desenvolvida a partir de uma perspectiva interdisciplinar⁷ possibilita o aprofundamento da compreensão da relação entre teoria e prática, favorecendo uma formação crítica, criativa e responsável, ao mesmo tempo em que coloca a instituição de ensino e seus educadores diante de novos desafios, tanto no âmbito ontológico quanto epistemológico.

O MBA, sigla para *Master in Business Administration*, é um curso de pós-graduação *lato sensu*, com foco na capacitação de profissionais para atuar de forma estratégica no ambiente corporativo. O objetivo central é formar líderes habilitados a tomar decisões empresariais, aplicando os conhecimentos adquiridos ao longo do curso.

Com a crescente complexidade e dinamicidade do cenário corporativo, os programas de MBA são fundamentais para a formação de profissionais altamente qualificados, capazes de enfrentar os desafios contemporâneos. Além de promover o desenvolvimento de competências

⁶ SANTOS, É. P.; SILVA, B.C. de F. ; SILVA, G. B. da . A contextualização como ferramenta didática no ensino de química. in: vi colóquio internacional educação e contemporaneidade, 2012, São Cristóvão-SE. <http://www.educonufs.com.br/cdvicoloquio>, 2012.

⁷ THIESEN, Juarez S.. A interdisciplinaridade como um movimento articulador no processo ensinoaprendizagem. Revista Brasileira de Educação, v. 13, p. 545-554, 2008.

profissionais, esses programas incentivam o crescimento pessoal dos participantes, sendo reconhecidos como um diferencial competitivo no mercado de trabalho.

Dados da pesquisa salarial da Catho Educação indicam que profissionais com pós-graduação ou MBA podem alcançar um aumento salarial de até 47,2% em comparação aos que não possuem especialização.

O curso de MBA em Gestão Empresarial é essencial, pois capacita os profissionais para atuar com excelência nas áreas de planejamento e gestão de organizações. A proposta do curso tem como fundamento a formação de profissionais críticos, reflexivos, éticos, criativos e inovadores, preparados para otimizar a gestão de empresas nos setores público, privado ou no terceiro setor. Além disso, o curso contribui para a sustentabilidade e a longevidade das organizações em níveis local e nacional. Este MBA é o primeiro oferecido pelo IFPE na área de gestão e negócios, representando um marco importante para a instituição e para o desenvolvimento profissional na região.

2.4 OBJETIVO GERAL

Formar profissionais altamente qualificados para exercer funções de liderança e gestão em organizações empresariais, públicas ou privadas, com foco no aprimoramento das competências em gestão, tomada de decisões estratégicas e liderança.

2.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Qualificar profissionais para o desenvolvimento de competências gerenciais, estratégicas e de liderança, essenciais para o sucesso organizacional.
- Capacitar gestores para planejar, organizar, coordenar e controlar atividades e projetos, visando à eficiência e ao desenvolvimento sustentável da gestão empresarial.
- Potencializar a capacidade crítica e analítica dos gestores, com ênfase na avaliação e tomada de decisões em processos de planejamento e controle empresarial.

- Estimular o desenvolvimento de uma visão estratégica, alinhada às necessidades e desafios do contexto organizacional, orientando a gestão dos processos administrativos de forma eficaz.

2.5 REQUISITOS E FORMA DE ACESSO

2.5.1 PÚBLICO-ALVO

O curso de **MBA em Gestão Empresarial** é destinado a portadores de diplomas de cursos superiores em qualquer área do conhecimento, que desejam se aprofundar ou adquirir conhecimentos na área de Gestão Empresarial.

2.5.2 CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

Para o ingresso no curso, os candidatos deverão ser aprovados por meio de um **processo seletivo**, que será composto por três etapas consecutivas:

1. **Análise Curricular:** Avaliação do currículo profissional do candidato, com foco em sua formação acadêmica e experiência profissional.
2. **Análise Documental:** Verificação dos documentos exigidos para inscrição no curso, conforme especificado no edital do processo seletivo.
3. **Entrevista:** Realização de uma entrevista para avaliar a motivação do candidato, suas expectativas em relação ao curso e seu potencial para atuar na gestão pública.

Documentos exigidos para inscrição:

- Formulário de inscrição devidamente preenchido;
- Fotografia 3x4 (recente);
- Cópias autenticadas do diploma de graduação e do histórico escolar do curso;
- Currículo no formato Lattes, comprovado, datado e assinado pelo candidato;
- Se o candidato for servidor público ou atuar na área de gestão pública (cargo efetivo, concursado ou comissionado), deverá apresentar **carta de apresentação**

da instituição em que trabalha, informando o interesse da instituição em sua participação no curso e garantindo a compatibilidade de horários para a realização do curso.

O **processo seletivo** será conduzido por uma comissão de seleção, composta por profissionais do IFPE Campus Paulista, Será regido por edital, que trará todas as regras e orientações para participação. Outras etapas de seleção poderão ser definidas em edital posterior.

2.5.3 MEIOS DE DIVULGAÇÃO DO CURSO

A divulgação do curso será realizada por meio de diversos canais de comunicação, com o objetivo de atingir de maneira eficaz e abrangente o público-alvo.

Entre os principais meios de divulgação, destacam-se:

- Redes sociais e o site institucional do IFPE, que possibilitarão o alcance de um público amplo e diversificado, interessado nas oportunidades de formação oferecidas.
- Convênios e parcerias com instituições e organizações da região, que facilitarão o acesso ao público-alvo e promoverão a integração do curso com o mercado local.

2.6 PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

Ao concluir o MBA em Gestão Empresarial, o especialista estará apto a atuar de maneira estratégica e eficiente em diversos contextos organizacionais. Seu perfil profissional estará alinhado aos princípios da administração, com a capacidade de:

- Gerir empresas e instituições públicas, otimizando processos e recursos para alcançar os objetivos organizacionais.
- Formular e implementar o planejamento estratégico, além de estabelecer controles eficientes para a gestão empresarial.
- Prestar assessoria e consultoria técnica em administração, oferecendo soluções qualificadas para a melhoria das operações organizacionais.
- Controlar orçamentos e avaliar a performance institucional, assegurando o cumprimento de metas e a sustentabilidade das organizações.

2.7 CARGA HORÁRIA DO CURSO

O curso de MBA em Gestão Empresarial terá uma carga horária de **390h**.

2.8 PERÍODO E PERIODICIDADE

O curso será ofertado por meio de ciclos de conclusão de uma turma para a próxima, com duração aproximada de **16 meses**.

2.9 ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

2.9.1 CONCEPÇÃO E PRINCÍPIOS PEDAGÓGICOS

A organização pedagógica do curso segue os princípios filosóficos, pedagógicos e legais estabelecidos pelas diretrizes do Ministério da Educação. A relação teoria-prática constitui-se como o princípio central da estrutura curricular, assegurando que a formação esteja alinhada às necessidades atuais dos diversos setores e contextos profissionais.

O projeto pedagógico será orientado pelas demandas do mercado de trabalho, promovendo uma aprendizagem baseada em vivências práticas em salas-ambiente. A participação ativa de alunos e professores nesse processo formativo será fundamental para o desenvolvimento das competências e habilidades necessárias para a identificação, avaliação, organização, compreensão, utilização, condução e supervisão de atividades na área da administração. Considerando o dinamismo do mercado, o curso será constantemente revisado, com atualizações periódicas no conteúdo programático e nas bibliografias utilizadas nas atividades ao longo da formação.

Os princípios pedagógicos serão aplicados de maneira a favorecer uma aprendizagem integrada, com o desenvolvimento de competências em diferentes ambientes pedagógicos, incluindo:

- Aulas teóricas, com o uso de recursos audiovisuais, como projetores de mídia, vídeos e slides, para a apresentação e problematização do conhecimento, seguidas de discussões interativas e troca de experiências.
- Aulas práticas em laboratório, proporcionando vivências que favoreçam a compreensão e a aplicação dos conceitos teóricos.
- Seminários, pesquisas acadêmicas e elaboração de projetos, estimulando a criatividade e a capacidade analítica dos alunos.
- Visitas técnicas a empresas e indústrias da região, permitindo o contato direto com a realidade do mercado e das organizações.
- Palestras com profissionais renomados da área, promovendo a atualização e a troca de conhecimentos.

Os componentes curriculares serão abordados de forma contextualizada, transdisciplinar e interdisciplinar, promovendo um processo de construção participativa do conhecimento. Essa abordagem garante a integração entre ensino, pesquisa e extensão, assegurando a indissociabilidade dessas atividades e promovendo uma formação de alta qualidade.

2.9.2 ESTRUTURA CURRICULAR

O curso está organizado em **dois módulos**, cada um com duração semestral.

O **primeiro módulo** está focado em apresentar os principais fundamentos da gestão empresarial, abordando conceitos essenciais sobre gestão, planejamento e liderança.

O **segundo módulo** abrange temas avançados na área de gestão empresarial, tais como: **logística empresarial, gestão de processos, auditoria, controle de custos**, entre outros. Ao final do curso, o estudante terá uma compreensão sólida sobre metodologia científica e, juntamente com seu orientador, desenvolverá, de acordo com sua linha de pesquisa, seu **Trabalho de Conclusão de Curso**.

2.9.3 MATRIZ CURRICULAR

Quadro 4: Matriz curricular do curso de MBA em Gestão Empresarial

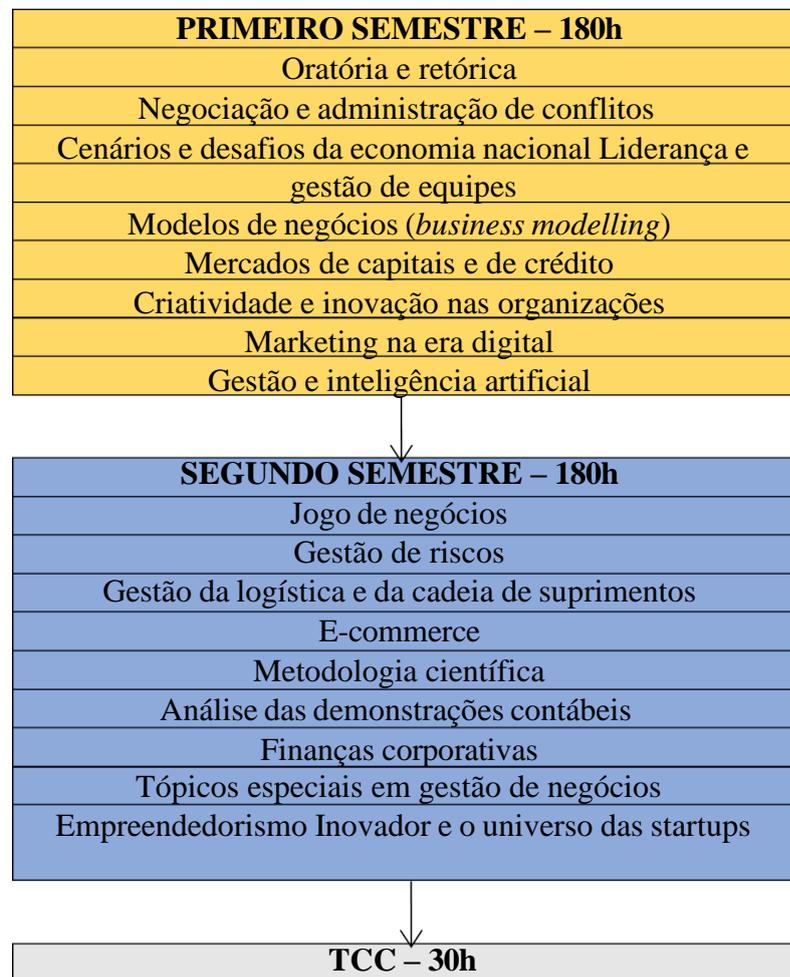
SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLOGICA		 INSTITUTO FEDERAL PERNAMBUCO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO Campus Paulista Av. Prefeito Geraldo Pinho Alves, Nº 1.400. Maranguape I, Paulista - PE, 53441-601 MATRIZ CURRICULAR DO CURSO DE MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL DOIS MÓDULOS SEMESTRAIS TURNO: DIURNO E NOURNO HORA AULA: 60 minutos		
MÓDULO I – DISCIPLINAS DE BASE		
NOME DA DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	
Oratória e retórica	20h	
Negociação e administração de conflitos	20h	
Cenários e desafios da economia nacional	20h	
Liderança e gestão de equipes	20h	
Modelos de negócios (<i>business modelling</i>)	20h	
Mercados de capitais e de crédito	20h	
Criatividade e inovação nas organizações	20h	
Marketing na era digital	20h	
Gestão e inteligência artificial	20h	
Total do módulo	180h	
MÓDULO II – DISCIPLINAS AVANÇADAS		
NOME DA DISCIPLINA	CARGA HORÁRIA	
Jogo de negócios	20h	
Gestão de riscos	20h	
Gestão da logística e da cadeia de suprimentos	20h	
E-commerce	20h	
Metodologia científica	20h	
Análise das demonstrações contábeis	20h	
Finanças corporativas	20h	
Tópicos especiais em gestão de negócios	20h	
Empreendedorismo Inovador e o universo das startups	20h	
TCC	30h	
Carga horária total do curso	390h	

Quadro 5 – lista de componentes curriculares, módulos, professor responsável e carga horária.

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLOGICA			 INSTITUTO FEDERAL PERNAMBUCO
COMPONENTE CURRICULAR	MÓDULO/BLOCO/ (OBRIGATÓRIO/OPTATIVO)	PROFESSOR RESPONSÁVEL	CARGA HORÁRIA TOTAL (H/R)
Oratória e retórica	I	Saulo	20h
Negociação e administração de conflitos	I	Alba	20h
Cenários e desafios da economia nacional	I	Lutemberg	20h
Liderança e gestão de equipes	I	Joannes	20h
Modelos de negócios (<i>business modelling</i>)	I	Paava	20h
Mercados de capitais e de crédito	I	Marcelino	20h
Criatividade e inovação nas organizações	I	Alexandre	20h
<i>Marketing</i> na era digital	I	Rosy	20h
Gestão e inteligência artificial	I	Luciano	20h
Jogo de negócios	II	Paava	20h
Gestão de riscos	II	Luiz	20h
Gestão da logística e da cadeia de suprimentos	II	Luciano	20h
<i>E-commerce</i>	II	Joannes	20h
Metodologia científica	II	Alba	20h
Análise das demonstrações contábeis	II	Carlos Gustavo	20h

Finanças corporativas	II	Marcelino	20h
Tópicos especiais em gestão de negócios	II	Alexandre	20h
Empreendedorismo o Inovador e o universo das startups	II	Rosy	20h

2.9.4 FLUXOGRAMA DO CURSO DE MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL



2.10 ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

2.10.1 ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Dentro do âmbito do curso, poderão ser realizadas atividades complementares, não obrigatórias, tais como:

- Participação em eventos acadêmicos e científicos relacionados às temáticas das disciplinas;
- Produção de artigos científicos para congressos de pesquisa e revistas científicas;
- Publicação de artigos científicos em outros meios de divulgação;
- Visitas técnicas.

2.10.2 AVALIAÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM

O MBA em Gestão Empresarial compreende a avaliação como uma parte essencial e contínua do processo de ensino-aprendizagem, com o objetivo de acompanhar o desenvolvimento das competências e habilidades dos alunos, bem como verificar o cumprimento dos objetivos estabelecidos pelos docentes. A avaliação tem um papel fundamental no processo pedagógico, orientando as decisões sobre os métodos didáticos e cumprindo as funções diagnóstica, formativa e somativa.

O processo de avaliação será diversificado, adaptando-se às especificidades de cada disciplina, podendo ser sistemático, formal ou informal. Além de avaliar o desempenho dos alunos, a avaliação também funciona como um mecanismo de análise e aprimoramento do trabalho docente, contribuindo para o aperfeiçoamento contínuo do processo educativo.

A avaliação do desempenho acadêmico será realizada por disciplina, considerando a frequência e o aproveitamento das atividades realizadas. Cabe aos professores a elaboração e a aplicação das atividades acadêmicas, que podem incluir provas, trabalhos individuais ou em grupo, com a avaliação dos resultados refletindo nas notas ou conceitos das avaliações parciais, conforme as diretrizes da Organização Acadêmica do IFPE.

A frequência às aulas e demais atividades acadêmicas é obrigatória, e não será permitido o abono de faltas, salvo nas situações previstas em legislação específica. A frequência será um dos critérios de avaliação escolar, sendo monitorada pelo professor de cada disciplina. O aluno que ultrapassar 25% de faltas em uma disciplina será reprovado automaticamente. Para ser considerado aprovado, o estudante deverá atingir uma frequência mínima de 75% e uma média igual ou superior a 7,0 nas avaliações parciais.

2.10.3 TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) deverá ser apresentado por escrito e poderá adotar diferentes formatos, como monografia, revisão sistemática da literatura, artigo científico, publicações tecnológicas, relatórios finais de pesquisa ou estudos de caso.

Os projetos de pesquisa relacionados ao TCC serão avaliados dentro da disciplina de Metodologia da Pesquisa e Trabalho Científico. O TCC será desenvolvido sob a orientação de um professor do curso, com o objetivo de possibilitar aos pós-graduandos a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos, além de proporcionar uma reflexão crítica e aprofundada sobre os conceitos abordados ao longo do curso, propondo planos de estudo que possam contribuir para o campo de concentração do curso.

A orientação do TCC abrangerá todas as etapas do processo, desde a elaboração da metodologia de pesquisa até a redação final do trabalho, devendo seguir os seguintes critérios:

- Alinhamento da temática com a proposta do curso;
- Relevância e contribuição científica do problema de pesquisa;
- Qualidade e adequação do referencial teórico à problemática abordada;
- Coerência da metodologia adotada com o problema de pesquisa;
- Conformidade com as normas brasileiras para elaboração de trabalhos científicos, quando aplicável.

A avaliação do TCC será realizada por uma banca examinadora composta por três professores: dois convidados (sendo, ao menos, um externo ao curso) e o orientador, que atuará como presidente da banca. Somente poderão defender o TCC os alunos que tenham sido aprovados em todas as disciplinas do curso.

A defesa do TCC terá a seguinte estrutura:

- 20 minutos para apresentação do trabalho;
- 30 minutos para arguição e considerações da banca examinadora.

Após a defesa, a banca decidirá, de forma consensual, sobre o conceito de aprovado ou reprovado. Caso o aluno seja aprovado, ele terá 30 dias para entregar a versão final do TCC à secretaria do curso. O não cumprimento desse prazo resultará na impossibilidade de obtenção do certificado.

Se o trabalho for reprovado, a banca determinará se o aluno poderá ou não manter o mesmo tema. Em caso afirmativo, será concedido um novo prazo para a realização do TCC e para a apresentação de uma nova defesa à banca examinadora.

2.11 EMENTAS

Disciplina: ORATÓRIA E RETÓRICA	Carga horária: 20h
Objetivo: Melhorar o processo de comunicação.	
Competências: Desenvolvimento das técnicas de oratória e do processo comunicativo. Melhoria da percepção entre interlocutor e orador. Melhoria do poder de convencimento.	
Conteúdo programático:	
Fundamentos da comunicação para conversação em público. Aprendendo a se expressar, linguagem corporal, entonação da voz, convencimento através da palavra. Técnicas e estratégias de comunicação oral. A comunicação nos trabalhos de grupo.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
POLITO, Reinaldo. Como falar corretamente e sem inibições. 111. ed. rev. atual. ampl. São Paulo: Saraiva, 2009.	
POLITO, R. Assim é que se fala: como organizar a fala e transmitir ideias. São Paulo: Saraiva, 2005.	
SAMPAIO, Mônica. Curso de Locução Dirigida Para Todas as Profissões. Rio de Janeiro: Brasport, 2012	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	
ALVES, Leo da Silva. Arte da Oratória: Os Segredos do Orador de Sucesso. São Paulo: Forense, 2004.	
Souza, Cláudio de. Curso de Oratória e Marketing Pessoal. Minas Gerais: Líder, 2010.	
POLITO, Reinaldo. Recursos Audiovisuais: Nas Apresentações de Sucesso. São Paulo: Saraiva, 2009.	
ESPOSITO, Janet. Como Atuar e Falar em Público Sob os Holofotes. São Paulo: M. Books, 2011.	

POMBO. Ruthe Rocha. **A Arte de Se Expressar Bem em Público**. São Paulo: Editora Vozes, 2010.

Disciplina: Negociação e administração de conflitos	Carga horária: 20
Objetivo: Melhorar a capacidade de gerenciamento de conflitos.	
Competências: Compreensão dos Conflitos Gestão e Resolução de Conflitos Habilidades de Negociação Comunicação e Relações Interpessoais: Capacidade Analítica e Crítica	
Conteúdo programático:	
<p>Introdução à Gestão de Conflitos: Definição e Tipos de Conflitos, Causas e Consequências dos Conflitos, Conflitos Interpessoais, Organizacionais e Sociais</p> <p>Teorias e Modelos de Conflito: Teoria dos Jogos e Conflitos, Modelos de Resolução de Conflitos, O Ciclo do Conflito</p> <p>Estilos e Estratégias de Gestão de Conflitos: Estilos de Manejo de Conflitos (Competitivo, Colaborativo, Evitativo, etc.), Estratégias de Resolução de Conflitos (Negociação, Mediação, Arbitragem)</p> <p>Negociação: Conceitos e Processos: Definição e Tipos de Negociação (Distributiva, Integrativa), Etapas do Processo de Negociação, Técnicas de Negociação e Influência</p> <p>Habilidades Interpessoais e Comunicação na Negociação: Comunicação Eficaz e Escuta Ativa, Gestão de Emoções e Empatia, Resolução de Impasses e Gerenciamento de Táticas de Negociação</p> <p>Mediação e Arbitragem: Conceitos e Funções do Mediador e do Árbitro, Processos e Técnicas de Mediação, Diferenças entre Mediação e Arbitragem</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
WEISS, Jeff. Negociações eficazes: tome a iniciativa. Gerencie conflitos. Chegue ao fim. São Paulo: Sextante, 2018.	
MARTINELLI, Dante P. Negociação empresarial: enfoque sistêmico e visão estratégica. Barueri: Manole, 2015.	
MARTINELLI, Dante P.; ALMEIDA, Ana Paula de.; BANDOS, Melissa. Negociação e solução de conflitos: do impasse ao ganha-ganha com o melhor estilo. São Paulo: Atlas, 2020	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	
ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Felipe. Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 14. ed. São Paulo: Pearson FinancialTimes – Prentice Hall, 2010.	
BURBRIDGE, Anna; BURBRIDGE, Marc. Gestão de conflitos: desafio do mundo corporativo. Editora Saraiva, 2012.	
LEWICKI, Roy; SAUNDERS, David; MINTON, John. Fundamentos da negociação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002	

Disciplina: Cenários e desafios da economia nacional

Carga horária: **20**

Objetivo: Identificar os desafios do cenário da economia nacional.
Competências: Introduzir o estudante nas análises de alocação de recursos e como as decisões estratégicas e táticas são feitas por analistas, gerentes e consultores nos setores público e privado e nas entidades sem fins lucrativos da economia.
Conteúdo programático:
Oferta/demanda/Preço de Equilíbrio Elasticidades Estimativa da Demanda por Meio de Técnicas de Pesquisa de Marketing Mark-up Ótimo, Margem de Contribuição e Porcentagem da Margem de Lucro Bruto Informações Assimétricas Soluções para o Problema da Seleção Adversa Jogos de Estratégia Empresarial Rivalidade de Empresas como um Jogo Sequencial Barreiras à Entrada e Ajustes
BIBLIOGRAFIA BÁSICA MCGUIGAN, James R; MOYER, R. Charles; HARRIS, Frederick H. de B. Economia de empresas: aplicações, estratégias e táticas. São Paulo: Cengage Learning, 2011. xiii, 500 p. ROSSETI, José Paschoal. Introdução à economia. São Paulo: Atlas, 2003. VASCONCELOS, Marco Antônio. Economia: micro e macro. São Paulo: Atlas, 2004
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR MENDES, Judas Tadeu Grassi. Economia: fundamentos e aplicações. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2009. MORCHON, Francisco Morcillo. Princípios de economia. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2006. VASCONCELOS, Marco Antônio. GARCIA, Manuel E. Fundamentos de Economia. São Paulo: Saraiva, 2012.

Disciplina: Liderança e gestão de equipes	Carga horária: 20
Objetivo: analisar o ambiente empresarial para formação de equipes.	
Competências:	
<ul style="list-style-type: none"> ● liderar equipes de trabalho em ambientes dinâmicos; ● identificar as principais competências demandadas em si e nos integrantes da equipe; ● propor, implementar e gerir planos de ação para a criação de um ambiente colaborativo; ● analisar, interpretar e agir sobre os fatores que influenciam o desempenho da equipe; ● estruturar, implementar e revisar políticas e práticas de desenvolvimento e engajamento dos membros da equipe. 	
Conteúdo programático:	
1 - Liderança em tempos de mudança	
<ul style="list-style-type: none"> • Desafios da liderança em tempos de mudança constante • Novos papéis e competências para a liderança frente à transformação digital 	

<ul style="list-style-type: none"> • Fatores que influenciam as mudanças nas equipes e nas organizações • Papel e relevância da liderança na gestão das mudanças, redução das resistências e adaptação às novas práticas <p>2 - Teorias e abordagens para a liderança</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teorias e abordagens de liderança • Inteligência emocional e exercício da liderança • Feedback para o desenvolvimento de equipes <p>3 - Liderança e desenvolvimento de equipes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características e tipos de equipe • Fases do desenvolvimento de equipes • Diversidade nas equipes e seus impactos no desempenho <p>4 - Liderança e motivação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceitos e teorias motivacionais e sua aplicação na liderança de equipes • Relação entre satisfação, motivação, engajamento e desempenho de equipes • Delegação, autonomia e empowerment nas equipes
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p> <p>1 BIZZO, David. Manual de Liderança e Gestão de Pessoas e Equipes - 2ª edição: Alcançando o sucesso em equipes: um guia prático para liderança e gestão de pessoas eficaz (Grãos de Liderança). 2 ed. São Paulo: Clube de Autores, 2023.</p> <p>2 LENCIONI, Patrick. As 3 virtudes essenciais para trabalhar em equipe: Uma história sobre colaboração. 1 ed. São Paulo: Sextante, 2022.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p> <p>1 FRANÇA, A. C. L. Práticas de recursos humanos – PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.</p> <p>2 HELAL, D.H.; GARCIA, F.C.; HONÓRIO, L.C. Gestão de Pessoas e Competência: Teoria e Pesquisa. Curitiba: Juruá, 2008.</p>

Disciplina: Modelos de negócios (<i>business modelling</i>)	Carga horária: 20
Objetivo: Entender como funciona o processo de modelagem de negócios.	
Competências: Compreender a modelagem de Negócio; Saber como se desenvolvem os Modelos de Negócios Criar um Modelo de Negócio	
Conteúdo programático:	
Design Thinking	
- Como organizar uma ideia	
Modelagem de Negócios	
- O que é e como fazer	
- Modelos mais usados atualmente	
CANVAS	
- Ferramenta de Modelagem de Negócios	
- Proposta de Valor	
- Segmentação de mercado	
- Relacionamento com os clientes	

<ul style="list-style-type: none"> - Canais de Comunicação e Distribuição - Parcerias-chave - Atividades-chave - Recursos-chave - Despesas - Fontes de Receita <p>Business Model You</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelo de Negócio Pessoal - Dicas para quer se reinventar <p>Value Proposition Design</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como criar o que os clientes desejam - Testar e desenvolver
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p> <p>OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model Generation. Alta Books, ano</p> <p>CLARK, Tim; OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model You. Alta Books, 2013.</p> <p>OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. BERNARDA, Greg e SMITH, Alan. Value Proposition Design. Alta Book, 2019.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p> <p>BROWN, Tim. Design Thinking. Alta Books. 2017.</p> <p>www.sebrae.com.br</p> <p>www.plataforma.bvirtual.com.br</p>

Disciplina: Mercados de capitais e de crédito	Carga horária: 20
Objetivo: Aplicar os métodos de modelos de negócio.	
Competências: Compreender a modelagem de Negócio; Saber como se desenvolvem os Modelos de Negócios. Criar um Modelo de Negócio	
Conteúdo programático:	
<p>Design Thinking</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como organizar uma ideia <p>Modelagem de Negócios</p> <ul style="list-style-type: none"> - O que é e como fazer - Modelos mais usados atualmente <p>CANVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ferramenta de Modelagem de Negócios - Proposta de Valor - Segmentação de mercado - Relacionamento com os clientes - Canais de Comunicação e Distribuição - Parcerias-chave - Atividades-chave - Recursos-chave - Despesas - Fontes de Receita 	

<p>Business Model You</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelo de Negócio Pessoal - Dicas para quer se reinventar <p>Value Proposition Design</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como criar o que os clientes desejam <p>Testar e desenvolver</p>
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p> <p>ASSAF NETO, A. Mercado Financeiro. 10ª ed., São Paulo: Atlas, 2011.</p> <p>FORTUNA, Eduardo. Mercado Financeiro: Produtos e Serviços. 13ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.</p> <p>GITMAN, Lawrence. Princípios de administração financeira essencial. 12ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.</p> <p>LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Claudio M.; CHEROBIM, Ana. Paula. Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2016.</p> <p>PINHEIRO, J. L. Mercado de Capitais: Investimentos e Técnicas. 6ª edição, São Paulo: Atlas, 2012.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p> <p>BRITO, Osias Santana de. Mercado financeiro. São Paulo: Saraiva, 2005.</p> <p>CAVALCANTE, F.; MISUMI, J.Y.; RUDGE, L.F. Mercado de capitais : o que é, como funciona. Rio de Janeiro : Campus, 2007.</p> <p>COSTA JR., N. C. A. da; LEMGRUBER, E. F.; LEAL, R. P. Mercado de Capitais: Análise Empírica no Brasil. São Paulo: Atlas, 2000.</p> <p>FARIA, R. G. de. Mercado Financeiro: Instrumentos e Operações. São Paulo: Pearson, 2003.</p> <p>MACEDO Jr, J. S.; KOLINKY, S.; MORAIS, J. C. J. Finanças Comportamentais: Como o Desejo, O Poder, O Dinheiro e as Pessoas Influenciam nossas Decisões. São Paulo: Atlas, 2011.</p>

Disciplina: Criatividade e inovação nas organizações	Carga horária: 20
Objetivo: Desenvolvimento da capacidade criativa dos alunos.	
Competências: Desenvolvimento do potencial criativo individual. Capacidade de atuar criativamente em grupo. Capacidade de refletir criativamente para solução de problemas organizacionais. Fomentar a capacidade de ações inovadoras no contexto organizacional	
Conteúdo programático:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Criatividade: conceitos e perspectivas. 2. Inovação: conceitos e aplicações. 3. Contexto organizacional contemporâneo. 4. Barreiras à criatividade e inovação. 5. Relações da diversidade com a criatividade e a inovação. 6. Olhar da criatividade e da inovação para a sustentabilidade. 7. Ecossistema inovador a partir de um ambiente criativo. 	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	

SANMARTIN, Stella Maris. **Criatividade e inovação nas empresas [livro eletrônico]: do potencial à ação criadora**. São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2012.
 GIGLIO, Zula Garcia; WECHSLER, Solange Múglia; BRAGOTTO, Denise (orgs). **Da criatividade à inovação**. Campinas, SP: Papirus, 2016.
 OSTROWER, F. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRUNO-FARIA, M. F. **Criatividade e inovação nas organizações: Desafios para a competitividade**. SP: Atlas, 2013.
 DE MASI, Domenico. **O Ócio Criativo**. São Paulo: Sextante, 2000.
 MACDONALD, Y. H. R. **Divagar devagar: Reflexões de desvaneios acerca da depressão, da criatividade e da arte**. Curitiba: Appris, 2013.
 NACHMANOVITCH, Stephen. **Ser criativo: o poder da improvisação na vida e na arte**. São Paulo: Summus Editorial, 1993.
 ROBINSON, K. **Libertando o poder criativo: as teorias sobre a imaginação, criatividade e inovações que despertam os talentos reprimidos**. São Paulo: HSM Editora, 2012.

Disciplina: Marketing na era digital	Carga horária: 20
Objetivo: Desenvolver o conhecimento sobre o uso do marketing digital	
Competências: - Ter conhecimento acerca das ferramentas e estratégias do marketing tradicional e do digital. - Saber elaborar um plano de marketing. - Trazer uma perspectiva atual e sólida sobre o consumidor contemporâneo.	
Conteúdo programático:	
<ul style="list-style-type: none"> - Ambiente de marketing e conceitos essenciais <ul style="list-style-type: none"> ● Fundamentos do Marketing ● Tipos de Marketing ● Tendências de Mercado ● Ambiente de Marketing - Branding e comportamento do consumidor <ul style="list-style-type: none"> ● Gestão de Marca ● Análise Comportamental do Consumidor - Novas estratégias para um marketing movido a tecnologia <ul style="list-style-type: none"> ● Implementação de ferramentas digitais e análise de dados ● Social Media ● Marketing digital e suas ferramentas - Plano de Marketing <ul style="list-style-type: none"> ● Elaboração e apresentação em forma de pitch. 	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	

KOTLER, P.; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15. Ed.; São Paulo: Pearson, 2018.

KOTLER, P., KARTAJA, H. & SETIAWAN, I. **Marketing 5.0: Tecnologia para a Humanidade**. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

CHAFFEY, D., CHADWICK, E. **Digital Marketing**. Rio de Janeiro: Pearson, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

POMPÉIA, R.; MEIRA, Silvio. **Marketing do Futuro: Um Método Para Resolver Desafios de Marketing em Mercados de Plataformas**. São Paulo: ACTUAL, 2024.

BRANCO, J. **Desmarketize-se: o novo marketing não parece marketing**. São Paulo: Editora Gente, 2023

Disciplina: Gestão e inteligência artificial	Carga horária: 20
Objetivo: Entender o cenário sobre o uso da inteligência artificial nas organizações	
Competências: Conhecimento das novas tendências de uso das novas tecnologias no ambiente corporativo.	
Conteúdo programático:	
<p>A Sexta Onda de Inovação Tecnológica. Apanhado histórico das inovações tecnológicas. Quarta Revolução Industrial e Indústria 4.0. Desenvolvimento da Indústria 4.0 no Brasil. Introdução à Inteligência Artificial (IA). Introdução aos fundamentos básicos de aplicação da IA no contexto de gestão Modelos de negócio com IA Inteligência artificial aplicada aos negócios Introdução a Business Intelligence. Gestão de empresas em ambientes digitais.</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
<p>IANSITI, Marco; LAKHANI, Karin. Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2020.</p> <p>LIAO, S. Matthew. Ethics of Artificial Intelligence. NY: Oxford University Press, 2020.</p> <p>RUSSELL, S., NORVIG, P. Inteligência Artificial. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.</p> <p>PACHECO, Marco Aurélio Cavalcanti; VELLASCO, Marley Maria B. Rebuzzi. Sistemas inteligentes de apoio à decisão: análise econômica de projetos de desenvolvimento de campos de petróleo sob incerteza. Rio de Janeiro: Interciência, 2007. 306 p. (Business intelligence ; 1). ISBN 9788571931725.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	

CARVALHO, Luís Alfredo Vidal de. **Datamining: a mineração de dados no marketing, medicina, economia, engenharia e administração.** São Paulo: Ciência Moderna, 2005. 225 p. ISBN 8573934441.

RUSSEL, S. NORVIG, P. **Inteligência Artificial.** 3º Edição, GEN LTC 2013

SCHWAB, K. **A Quarta Revolução Industrial.** São Paulo: Edipro, 2016

TAULLI, Tom. **Introdução à Inteligência Artificial: uma Abordagem Não Técnica.** Novatec Editora; 1ª edição (6 janeiro 2020) Inteligência Artificial - Uma Abordagem

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação tecnológica: a economia da tecnologia no Brasil.** 2ª Ed. Rio de Janeiro: ed. Campus, 2014

Disciplina: Jogo de negócios	Carga horária: 20
Objetivo: Entender a importância da teoria dos jogos no processo de tomada de decisões.	
Competências: Tomar decisões rápidas e eficientes, Saber negociar, mediar conflitos, trabalhar em equipe, calcular e assumir riscos, Montar equipes de talentos, Fazer a gestão de tempo e de projetos, Criar networking estabelecendo relações e parcerias estratégicas para os negócios. Agir sob pressão.	
Conteúdo programático:	
Teoria dos jogos: - O que é, para que serve e como aplicar. Gamificação: - O que é, para que serve e como aplicar. - Como usar a gamificação para aprender. Jogos de negócios: - Teoria, Exemplificação e prática. Simulações: - Simulação de jogos. Dinâmicas de grupo: Teoria, Exemplificação e prática.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
SOUZA, Ananisa Silva de. Jogos, Simulações e Dinâmicas Organizacionais. Vozes, Petrópolis, RJ, 2020. E-book disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br . Acesso em: 30 ago. 2024.	
MORBACH, Jaqueline; MENDES, Giselly Santos. Técnicas vivenciais: dinâmicas de grupo e jogos empresariais. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2022. <i>E-book</i> . Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br . Acesso em: 30 ago. 2024.	
FIANI, R. Teoria dos jogos: com aplicações em economia, administração e ciências sociais. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.	

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

PIANEZZER, Guilherme Augusto. **Teoria dos jogos: conceitos e aplicações**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 30 ago. 2024.

ALVES, F. **Gamification: como criar experiências de aprendizagem engajadoras: um guia completo do conceito à prática**. São Paulo: DVS, 2014.

BAZERMAN, M. H. **Processo decisório para cursos de administração, economia e MBAs**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

GRAMIGNA, M. R. M. **Jogos de empresas e técnicas vivenciais**. 4.ed. São Paulo: Pearson, 2011.

Disciplina: Gestão de riscos	Carga horária: 20
Objetivo: Entender a importância do gerenciamento do risco nas empresas	
<p>Competências: Demonstrar como a metodologia de gestão de riscos corporativos contribui para a geração de valor e crescimento sustentável das organizações.</p> <p>Instruir como identificar oportunidades de aprimorar a gestão de riscos corporativos em suas organizações.</p> <p>Articular os conceitos de Risco e Crise através de uma abordagem humana.</p>	
Conteúdo programático:	
<ul style="list-style-type: none"> - Análise do Ambiente de Negócios: Nova Economia Institucional. - Riscos Corporativos: conceitos, tipologias e relações. - Modelos de Gestão de Riscos Corporativos: Objetivos, Componentes e Divisão do Modelo. - Modelos de Gestão de Riscos Corporativos: ISO 31000. <p>Princípios de Gestão de Riscos Corporativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visão Sistêmica do Modelo de Gestão de Riscos Corporativos. - Identificação dos Riscos Corporativos, Análise dos Riscos Corporativos e Avaliação dos Riscos Corporativos. - Tratamento e monitoramento dos Riscos Corporativos. <p>Monitoramento dos Riscos Corporativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cultura da Gestão de Riscos Corporativos. - Maturidade em Gestão de Riscos Corporativos. - Análise de Riscos na Cadeia de Valor. 	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	

GALANTE, Erick Braga Ferrão. **Princípios de gestão de riscos**. Appris Editora e Livraria Eireli-ME, 2015.

ASSI, Marcos. **Gestão de riscos com controles internos**. Saint Paul Editora, 2021.

KIMURA, Herbert; PERERA, Luiz Carlos Jacob. **Modelo de otimização da gestão de risco em empresas não financeiras**. Revista Contabilidade & Finanças, v. 16, p. 59-72, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GAMBÔA, Fernando Alexandre Rodrigues; CAPUTO, Márcio Saez; BRESCIANI FILHO, Ettore. **Método para gestão de riscos em implementações de sistemas ERP baseado em fatores críticos de sucesso**. JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management, v. 1, p. 45-62, 2004.

DA UNIÃO, Brasil Tribunal de Contas. **Manual de gestão de riscos do TCU**. 2020.

ALBUQUERQUE, M.; COUTO, M. H. G.; OLIVA, F. L. **Identificação e análise dos riscos corporativos associados ao ambiente de valor do negócio de cacau da Cargill**. Cadernos EBAPE, Vol. 17, No. 1, pp. 156-172, 2019

Disciplina: Gestão da logística e da cadeia de suprimentos	Carga horária: 20
Objetivo: Entender a importância do gerenciamento da cadeia logística nas empresas	
Competências: Desenvolvimento da capacidade de compreender e analisar a função do sistema logístico empresarial de serviços.	
Conteúdo programático:	
<p>Importância da Logística no ambiente de negócio da empresa</p> <p>A logística como estratégia competitiva</p> <p>Objetivo do Sistema Logístico</p> <p>Elementos dos Custos Logísticos</p> <p>Principais <i>Trade-offs</i> logísticos</p> <p>Estratégias de Distribuição</p> <p>Canais de Distribuição</p> <p>Ciclo do Pedido</p> <p>Armazenagem e movimentação de materiais</p> <p>Operadores Logísticos</p> <p>Canais de distribuição reversos de bens pós-consumo e pós-venda;</p> <p>Logística Reversa: definições e áreas de atuação;</p> <p>A logística reversa de pós-consumo do setor de plásticos, ferro e aço, alumínio, latas de alumínio, óleos lubrificantes, no Brasil;</p> <p>Uso da Tecnologia da Informação na logística.</p>	

<p>Aplicação prática da TI na Logística. Centros de distribuição Redes de distribuição Estratégias para abastecimento: integração, terceirização, oportunidade e competição, <i>crossdocking, distribution utility, picking e transit point</i></p>
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA CHING, Hong Yuh. Gestão de estoques na cadeia de logística integrada: Supply Chain. São Paulo: Atlas, 2010. DIAS, Marco Aurélio P. Administração de Materiais: princípios, conceitos e gestão. Ed. Atlas. São Paulo, 2014. GONÇALVES, Paulo Sérgio. Administração de Materiais. 5. Ed. Revisada e atual. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR ARNOLD, J. R. Tony. Administração de Materiais. São Paulo: Atlas, 1999. NOVAES, Antônio Galvão. Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição. Ed. Elsevier. Rio de Janeiro, 2015 DALVI, Luciano. Manual das Licitações & Contratos Administrativos. São Paulo: Contemplar, 2012. DAVID, Pierre; STEWART, Richard. Logística internacional. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017. POZO, Hamilton. Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 2016.</p>

Disciplina: E-commerce	Carga horária: 20
Objetivo: Entender como funciona os o novos modelos de comercio digital	
<ul style="list-style-type: none"> ● Competências: adotar os novos paradigmas tecnológicos da revolução digital na gestão e no posicionamento estratégico no mercado de produtos e serviços digitais; ● adequar os diferentes modelos de negócio às operações de e-commerce; ● avaliar as opções para a implantação de soluções de e-commerce em múltiplas plataformas, observando aspectos técnicos e legais; ● empregar as principais ferramentas e tecnologias na construção de negócios digitais. 	
Conteúdo programático:	
<p>1 - Internet e negócios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rumo ao digital • Lógica, algoritmos e linguagens de programação • Interatividade e convergência • Surgimento e desenvolvimento da internet • Impacto da internet nos negócios e na competitividade <p>2 - Modelos de negócio e receita na internet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visão geral do e-commerce no Brasil 	

<ul style="list-style-type: none"> • Cauda longa • Business to customer (B2C) • Business to business (B2B) • Consumer to consumer (C2C) <p>3 - E-commerce: tecnologia, segurança e operacionalização</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como funciona a web • Plataformas de e-commerce • Segurança e privacidade • Sistemas de pagamento <p>4- Novas plataformas e ferramentas de apoio à decisão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing de busca – Search Engine Marketing (SEM) • Mobile commerce & mobile payment • Internet das Coisas – Internet of Things (IOT) • Análise preditiva
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p> <p>STEFANO, Nara. ZATTAR, Izabel Cristina. E-commerce: conceitos, implementação e gestão Ed. InterSaberes. Ano 2016.</p> <p>OLIVEIRA, Bruno. Crie seu mercado no mundo digital. Ed. Gente. Ano 2018.</p>
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p> <p>SILVA, Victória Maria et al. E-commerce: vantagens e desvantagens. Libertas: Revista de Ciências Sociais Aplicadas, v. 11, n. 2, p. 294-317, 2021.</p> <p>MARTUCCI, Rodrigo. E-commerce Brasil: Os impactos da pandemia no comportamento do consumidor on-line. 2019. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/covid-19-o-impacto-da-pandemia-no-comportamento-de-compra-online/>. Acesso em: 26 jun. 2022</p> <p>VALE, Fábio do; SILVA VIGO, Leandro José da; MOREIRA, João Vitor Brandão. E-commerce: A transformação do comércio eletrônico. Revista Latino-Americana de Estudos Científicos, v. 3, nº6, p. 1-8, 2022.</p> <p>SIQUEIRA, Fernando de Souza; SANTOS, Dos Talita; ALONSO, Nelson Junior. Ecommerce: as vantagens do comércio eletrônico e sua confiabilidade frente a seus clientes, 2014. Disponível em: http://www.convibra.com.br/upload/paper/2014/37/2014_37_10318.pdf. Acesso em: 24 jun. 2022</p>

Disciplina: Metodologia científica	Carga horária: 20
Objetivo: Identificar os métodos utilizadas na construção do conhecimento científico.	
Competências: Entender os conceitos fundamentais e a importância da metodologia científica na produção de conhecimento.	
Formular problemas de pesquisa claros, objetivos e hipóteses testáveis.	
Elaborar planos de pesquisa detalhados, com revisão da literatura e justificativa sólida.	
Realizar análises qualitativas e quantitativas apropriadas.	

Interpretar os resultados de maneira crítica e contextualizada. Produzir relatórios e artigos científicos de acordo com as normas de publicação.
Conteúdo programático:
Formulação do problema, objetivos e justificativa da investigação. Etapas de um trabalho de investigação científica: preparação, execução e apresentação de resultados. Abordagens quantitativa e qualitativa na pesquisa científica. Métodos e instrumentos de coleta de dados. A elaboração da redação científica.
BIBLIOGRAFIA BÁSICA MARCONI, Marina De Andrade ; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia científica . 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 373 p. I SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico . 24. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2016. 317 p. GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa . 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR SAMPIERI, Roberto Hernández; CALLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. Metodologia de pesquisa . Porto Alegre: Penso, 2013. VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração . São Paulo: Atlas, 2016. PINKER, Steven. Guia de escrita: como conceber um texto com clareza, precisão e elegância . São Paulo: Contexto, 2016.

Disciplina: Análise das demonstrações contábeis	Carga horária: 20
Objetivo: revisar rapidamente os principais instrumentos de análise das demonstrações contábeis para subsequente aprofundamento na análise crítica de sua potencialidade e de suas limitações	
Competências: Desenvolvimento de aptidões básico para o gerenciamento e entendimento das demonstrações contábeis.	
Conteúdo programático:	
1. A Análise Tradicional 1.1. Conhecimento do Modelo de Negócio e de seus Modelos Contábeis 1.2. Limitações dos Modelos Contábeis 1.3. Vertical e Horizontal; Números Índices; Análise Referencial 1.4. Liquidez, Solvência e Estrutura Patrimonial 1.5. Rentabilidade, Margem e Giro; o Modelo DuPont e suas Derivações 1.6. Atividade e Prazos Médios; (In)Validade dos Prazos Médios 1.7. Análise para Crédito de Curto e Longo Prazos, Investimentos e Transações de Empresas 1.8. Análise Crítica dos Índices 2. Análise Detalhada da Liquidez e do Capital de Giro	

- 2.1. Liquidez, Caixa, Lucro e Falácias
- 2.2. Análise da Demonstração dos Fluxos de Caixa
- 2.3. EBIT, EBITDA; Fluxo de Caixa Operacional; Fluxos de Caixa Livres
- 2.4. Fluxo de Caixa por Competência
- 2.5. Necessidade de Capital de Giro
3. Estrutura e Custo de Capital; Alavancagem Financeira
 - 3.1. Análise da Taxa de Retorno e seus Desdobramentos
 - 3.2. A Alavancagem; Grau de Alavancagem Financeira (GAF)
4. Valuation
 - 4.1. Métodos Simplificados de Avaliação
 - 4.2. Fluxo de Caixa Descontado

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARTINS, Eliseu, DINIZ, Josedilton Alves e MIRANDA, Gilberto José, **Análise Avançada das Demonstrações Contábeis: Uma Abordagem Crítica**, Ed. Atlas, 2018.

DELFIN Netto, A., IBGE ? **Aumento da Qualidade, Valor Econômico**, 5/04/05, p. A2.

DELFIN Netto, A., **Progresso no Combate à Inflação**, Folha de S. Paulo, 6/04/05, p. A2.

FERNADEZ, Pablo, **Company Valuation Methods** (October 11, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=274973> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.274973>.

FLEURIET, Michel, KEHDY, Ricardo e BLANC, Georges, **O Modelo Fleuriet ? A dinâmica financeira das empresas brasileiras**, Ed. Campus, 2003.

GIBSON, Charles H., **Financial Statement Analysis-Using Financial Accounting Information**, South-Western College Publishing (Thomson) Journal of Financial Statements Analysis ? Inúmeros.

MARTINS, E, **Contabilidade versus Fluxo de Caixa**, Caderno de Estudos EAC/FIPECAFI, v.11, n. 20, janeiro/abril-1999; e IOB-Caderno de Temática Contábil, n. 20, 3a. semana maio-2000.

MARTINS, E., MARTINS, V.A. **Contabilidade e Finanças: A Temerária Utilização do WACC**. Revista Universo Contábil, FURB, Blumenau, v. 11, n. 1, 2015.

RAPPAPORT, Alfred, **Gerando Valor Para o Acionista**, Ed. Atlas REVISTA FIPECAFI, Dos Velhos para a Nova Geração: A Inflação é Inimiga Mortal da Contabilidade, Fipecafi, no. 1/2014.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARTINS, E, **Análise da Correção Monetária das Demonstrações Financeiras**, Ed. Atlas, 1980.

MARTINS, E., SANTOS, A. dos, **O Goodwill gerado pelo Passivo**, Repec Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, Brasília, v. 11, ed. Especial, 2017EPeC, Brasília, v. 11, Edição Especial, art. 1, p. 8-20, 2017.

MOODY'S Investors Service, **Putting Ebitda in Perspective**, web, June 2000

PENMAN, S. **Financial Statement Analysis and Security Valuation**. Ed. McGraw Hill.

SOUZA, J. A., **Para Entender os Índices de Preços ? Uma Visão Moderna**, Revista de Economia Mackenzie, ano 2, no. 2, 2004.

Disciplina: Finanças corporativas	Carga horária: 20
Objetivo: Entender os impactos sobre a sustentabilidade financeira nas organizações.	
<ul style="list-style-type: none"> ● Competências: Compreender os conceitos financeiros, sua importância nas empresas, seus impactos na sustentabilidade financeira; ● Aplicar os mecanismos do processo de elaboração do fluxo de recursos financeiros; ● Desenvolver habilidades para a estruturação do controle orçamentário de uma empresa; ● Aplicar as técnicas de avaliação de projetos de investimentos de capital; ● Realizar projeção das demonstrações contábeis a fim de tomada de decisão; ● Desenvolver a capacidade de raciocínio e espírito crítico; ● Estimular o discente a desenvolver análise crítica sobre os temas relacionados a finanças empresariais. 	
Conteúdo programático:	
<p>Introdução a administração financeira Aplicações de índices financeiros: liquidez, endividamento, etc.. Planejamento de caixa e orçamento de caixa Fundamentos de capital de giro Demonstrações financeiras e sua análise Administração de crédito e contas a receber Risco e retorno de ativos individuais Custo de capital e plano de financiamento Precificação de ativos financeiros (CAPM) Alavancagem e graus de alavancagem Planejamento financeiro e fluxo de caixa Decisão de investimento de longo prazo: orçamento de capital Técnicas de orçamento de capital Valor do dinheiro no tempo.</p>	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
<p>ASSAF NETTO, Alexandre. Finanças corporativas e valor. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.</p> <p>GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. Tradução de Allan Vidigal Hastings,; revisão técnica Jean Jacques Salim. 12ª ed. São Paulo: Pearson Printice Hall, 2010.</p> <p>LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Claudio M.; CHEROBIM, Ana. Paula. Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2016.</p>	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	
<p>ASSAF NETO, Alexandre e LIMA, Fabiano Guasti. Curso de Administração Financeira - 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2014.</p> <p>HOJI, Masakazu. Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.</p>	

FORTUNA, E. **Mercado financeiro – produtos e serviços**. 20ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2015.

MATIAS, Alberto Borges. **Finanças corporativas de curto prazo: A gestão do valor de capital de giro**. 2ª ed. São Paulo, Atlas, 2014.

NIKBAKHT, Ehsan; GROPELLI, A. A.; RIDOLFO, Arthur. **Administração financeira**. Tradução de Célia Knipel MOREIRA. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W. e JAFFE, J. F. **Administração financeira: corporate finance**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.

Disciplina: Tópicos especiais em gestão de negócios	Carga horária: 20
Objetivo: Atualização sobre os principais temas sobre gestão.	
Competências: Capacidade de atualização sobre transformações vinculadas ao ambiente interno (processos, cultura, práticas sociais) e às demandas e exigências do ambiente externo (stakeholders, mercado consumidor, forças do ambiente externo).	
Conteúdo programático:	
Apresentação dos conteúdos atuais sobre práticas e pensamentos da gestão.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	
KOTLER, P., KARTAJA, H. & SETIAWAN, I. Marketing 5.0: Tecnologia para a Humanidade . Rio de Janeiro: Sextante, 2021.	
SILVA, Eduardo Damião da. Os 5 Ps da estratégia: uma nova abordagem [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaberes, 2019.	
GIGLIO, Zula Garcia; WECHSLER, Solange Múglia; BRAGOTTO, Denise (orgs). Da criatividade à inovação . Campinas, SP: Papyrus, 2016.	
LENCIONI, Patrick. As 3 virtudes essenciais para trabalhar em equipe: Uma história sobre colaboração . 1 ed. São Paulo: Sextante, 2022.	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	
OLIVEIRA, Bruno. Crie seu mercado no mundo digital . Ed. Gente. Ano 2018.	
MARTINELLI, Dante P.; ALMEIDA, Ana Paula de.; BANDOS, Melissa. Negociação e solução de conflitos: do impasse ao ganha-ganha com o melhor estilo . São Paulo: Atlas, 2020.	
BIZZO, David. Manual de Liderança e Gestão de Pessoas e Equipes - 2ª edição: Alcançando o sucesso em equipes: um guia prático para liderança e gestão de pessoas eficaz (Grãos de Liderança) . 2 ed. São Paulo: Clube de Autores, 2023.	
OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. BERNARDA, Greg e SMITH, Alan. Value Proposition Design . Alta Book, 2019.	

Disciplina: Empreendedorismo Inovador e o universo das startups	Carga horária: 20
Objetivo: Entender como funciona os novos cenários do empreendedorismos inovador.	
<ul style="list-style-type: none"> - Competências: Aprender a empreender e fortalecer o empreendimento; - Conhecer o universo das startups; - Saber inovar; - Fazer bom uso do empreendedorismo e da inovação para resolver problemas e alavancar os negócios e a carreira. 	
Conteúdo programático:	
<p>Empreendedorismo</p> <ul style="list-style-type: none"> - O que é, sua história e transformação ao longo dos anos; - Perfis empreendedores, - Cenários do empreendedorismo no Brasil e no Mundo (Relatório GEM) - Empreendedorismo Digital - Desafio Empreendedor/maratona de startups <p>Inovação</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aspectos Relevantes sobre Inovação; - Criatividade x Inovação - Gestão da inovação - O Contrato Público de Solução Inovadora: Previsões Normativas e Etapas da Contratação; - Boas Práticas nas Contratações de Inovação. <p>Startups</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marco Legal das Startups (Lei Complementar nº 182/21) - Comunidade de Startups em Recife e no mundo (Comunidade Manguezal, estudo de casos, unicórnios) - Investidores anjos, - Incubadoras e aceleradoras, - Editais de fomento e fontes de financiamentos, <p>Como criar e gerir uma Startup (uma base, pois esse tema será aprofundado na disciplina de Business Modeling);</p>	
<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p> <p>DORNELAS; José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 9ªed. Atlas/Empreende, 2024.</p> <p>BLANK, Steve e DORF, Bob. Startup: manual do empreendedor o guia passo a passo para construir uma grande empresa. Rio de Janeiro, RJ. Alta Books, 2014.</p> <p>DRUCKER, Peter F. Inovação e Espírito Empreendedor: práticas e princípios. São Paulo, SP. Cengage Learning, 2011.</p>	
<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p> <p>ESCOLA VIRTUAL.GOV. Marco Legal das Startups - Contratando Inovação no Setor Público. Disponível em: <https://www.escolavirtual.gov.br/curso/951> Acesso em: 03.09.2024.</p> <p>GALVÃO FILHO, Ivam. Criatividade e inovação: entre na era das startups. São Paulo, SP: Casa do Código, 2020. E-book. Disponível em: https://plataforma.bvirtual.com.br. Acesso em: 03 set. 2024.</p>	

ORTIZ, Felipe Chibás. **Criatividade, inovação e empreendedorismo: startups e empresas digitais na economia criativa**. 1. ed. São Paulo - SP: Phorte, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 03 set. 2024.

SANTOS, Isabel Cristina dos. **Gestão da inovação e do conhecimento: uma perspectiva conceitual dos caminhos para o progresso**. 1. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 03 set. 2024.

Site: www.sebrae.com.br

2.12 ACESSIBILIDADE

O campus conta com o Núcleo de Apoio às Pessoas com Necessidades Educacionais Especiais (NAPNE), cuja missão é desenvolver programas, projetos e ações voltados ao acesso, permanência e êxito de pessoas com necessidades específicas. O trabalho realizado pelo NAPNE busca promover uma cultura educativa inclusiva, reconhecendo a importância da diversidade e pluralidade, conforme estabelecido pela Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015, que institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência.

Esse núcleo tem como objetivo garantir que os estudantes com necessidades educacionais especiais tenham as condições necessárias para o seu pleno desenvolvimento acadêmico.

2.13 ACOMPANHAMENTO DE EGRESSOS

O curso realiza o **acompanhamento de seus egressos** para avaliar sua inserção e permanência no mercado de trabalho. Além disso, busca entender a percepção dos formados sobre a profissão que escolheram e o curso que concluíram. Esse monitoramento permite identificar as potencialidades e fragilidades do curso, o que contribui para o aprimoramento contínuo do programa.

Através de listas de e-mail, os egressos serão informados sobre eventos realizados no IFPE e terão a oportunidade de aprimorar suas habilidades profissionais, participar de grupos de pesquisa e divulgar seus trabalhos científicos. Também poderão compartilhar suas experiências profissionais com os estudantes atuais, promovendo a troca de conhecimento.

Adicionalmente, será realizada a análise dos níveis de empregabilidade, que serve como um importante indicador para avaliar se o curso tem atendido às demandas do mercado regional, ajudando a aprimorar as práticas pedagógicas e curriculares conforme as necessidades do setor.

2.14 CERTIFICAÇÃO

Os alunos que concluírem as disciplinas obrigatórias, totalizando 390 horas/aula, forem aprovados nelas, realizarem o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e entregarem a versão final tanto à secretaria do curso quanto ao repositório da biblioteca do Campus Paulista, receberão o Certificado de Pós-Graduação MBA em Gestão Empresarial. Este certificado atesta a qualificação adquirida pelo aluno ao concluir o curso com êxito, refletindo seu preparo profissional para atuar na área de gestão pública e empresarial.

2.15 AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

A avaliação do Projeto Pedagógico do Curso é fundamental para o processo de construção do conhecimento, tanto na dimensão curricular quanto institucional. Dessa forma, o projeto será avaliado periodicamente de forma sistemática. A avaliação envolverá discentes, docentes, coordenadores, orientadores e o apoio administrativo acadêmico do IFPE Campus Paulista.

Este processo avaliativo abrangerá as dimensões pedagógicas, o corpo docente e a infraestrutura, utilizando instrumentos e procedimentos específicos para permitir o acompanhamento contínuo do processo de ensino e aprendizagem. O objetivo é aprimorar constantemente o Projeto Pedagógico do Curso MBA em Gestão Empresarial, ajustando-o conforme as necessidades acadêmicas, tecnológicas e de mercado.

3. CORPO DOCENTE E ADMINISTRATIVO

3.1 DADOS DO/A COORDENADOR/A DO CURSO

Nome: Marcelino José Caetano

Titulação: Mestre

Cargo: Sete anos de experiência como Professor do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico

Regime de Trabalho: Dedicção Exclusiva

Descrição da Experiência Acadêmica e Profissional: 16 anos

Atuou em empresas como: SENAI - Departamento Regional de Pernambuco, SENAI/DR/PE, Brasil. Centro de Educação Continuada Maurício de Nassau LTDA., UNINASSAU, Brasil. Tenório & Andrade Ltda., T&A, Brasil. Faculdade de Ciências de Administração de Pernambuco, FCAP, Brasil. Faculdade de Ciências de Timbaúba, FACET, Brasil. Universidade Federal de Alagoas, UFAL, Brasil. Cavalcante e Caetano Consultoria Ltda, ASFIPLAN, Brasil. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Maceió, SEBRAE/AL, Brasil. Empresa Júnior Consultoria - UFAL, JRS CONSULTORIA, Brasil. Centro universitário Maurício de Nassau - Recife, UNINASSAU, Brasil. RN Consultoria Técnica e Planejamento Econômico Ltda, RN, Brasil. Pernambuco Participações e Investimentos S/A, PERPART, Brasil.

3.2 CORPO DOCENTE

Quadro 06: Relação do Pessoal Docente envolvido no Curso

NOME	TITULAÇÃO	REGIME DE TRABALHO	ÁREA DE ATUAÇÃO NO CURSO
Saulo Medeiros	MESTRE	DE	GESTÃO
Alexandre Behar	DOUTOR	DE	GESTÃO
Alba Barbosa	DOUTORA	DE	GESTÃO
Luiz Guimarães	DOUTOR	DE	GESTÃO
Lutemberg Santana	DOUTOR	DE	ECONOMIA
Paava Carvalho	MESTRE	DE	GESTÃO
Marcelino Caetano	MESTRE	DE	GESTÃO
Carlos Gustavo	MESTRE	DE	CONTABILIDADE
Joannes de Lima	MESTRE	DE	GESTÃO
Rosy Ferreira	MESTRE	DE	GESTÃO
Luciano Acioly	MESTRE	DE	GESTÃO

3.3 EQUIPE PEDAGÓGICA E ADMINISTRATIVA DO CURSO

Quadro 07: Relação do Pessoal Técnico-administrativo envolvido no curso

	PROFISSIONAL	FUNÇÃO
1	Cristian do Nascimento Botelho	Bibliotecário
2	Gleice Kelly Barbosa de Oliveira Barcelar	Auxiliar de biblioteca
3	Fernanda Paula dos Santos Castro	Psicóloga
4	Marcelo Melo da Silva	Técnico em Assuntos Educacionais
5	Leonardo Maia Pereira Araújo	Técnico em Assuntos Educacionais
6	Simone Maria Machado Brandão	Assistente Social
7	Viviane Alves de Lima	Pedagoga

4. INFRAESTRUTURA FÍSICA

A seguir, segue apresentação das instalações e equipamentos disponíveis na sede do *Campus Paulista* para a realização do curso MBA em Gestão Empresarial.

O projeto arquitetônico do *Campus* contempla 6.650,46 m² de área construída distribuída em: 01 bloco administrativo (com 02 pavimentos), 01 biblioteca, 01 auditório, 16 salas de aula (08 no térreo e 08 no pavimento superior), 08 laboratórios (04 no térreo e 04 no pavimento superior), 04 laboratórios (com pé direito duplo), área de convivência (com copa, lanchonete, reprografia, etc.), castelo d'água, abrigo de lixo, guarita, reservatórios enterrados e semienterrados, além de rampas, passarelas e estacionamento.

Consoante quadro de áreas abaixo:

Quadro 08: áreas do campus

QUADRO DE ÁREAS	ÁREA (m ²)	PAVIMENTOS
BLOCO DO AUDITÓRIO	604,61	TÉRREO

BLOCO DA BIBLIOTECA	536,45	TÉRREO
BLOCO DA ÁREA DE CONVIVÊNCIA	282,72	TÉRREO
BLOCO DA GUARITA	103,45	TÉRREO
BLOCO ADMINISTRATIVO	1.103,00	TÉRREO + PAV. SUPERIOR
BLOCO SALA DE AULA	1.317,00	TÉRREO + PAV. SUPERIOR
BLOCO LABORATÓRIOS TÉRREO	394,00	TÉRREO
BLOCO LABORATÓRIOS 02 PAVIMENTOS	870,00	TÉRREO + PAV. SUPERIOR
BLOCO DOS BANHEIROS	140,00	-
RAMPA	93,00	-
CABINE DE FORÇA	25,46	-
PASSARELA ELEVADA	110,64	-
PASSARELA COBERTA	1.009,32	-
CASTELO D'ÁGUA	60,81	-
TOTAL	6.650,46	

Quadro 09: A Biblioteca do *Campus Paulista* 540,00 m²:

ÍTEM	AMBIENTE	DESCRIÇÃO	ÁREA ESTIMATIVA DE REFEREÊNCIA
1.	Hall de entrada	Área destinada a abrigar a circulação de público de entrada e saída da biblioteca, com a presença das torres magnéticas de controle do acervo.	15 m ²

2.	Atendimento	Área dotada de balcão, onde ficarão os funcionários responsáveis pela retirada e devolução de livros. Prever área para formação de fila; prever balcão com ergonomia e acessibilidade, para funcionários e usuários.	17 m ²
3.	Acervo Geral	Área destinada às estantes de livros do acervo geral. Deve ser composta por mobiliário ergonômico e acessível, destinado propriamente ao uso em bibliotecas.	120 m ²
4.	Salão de Leitura	Espaço para acomodação do público leitor, com mesas e cadeiras na quantidade mínima de 120 lugares.	90 m ²
5.	Cabines de Estudos Individuais	Ambiente reservado à colocação de cabines de estudo individuais, podendo ser em área contígua ao salão de leitura, com divisórias. Contém superfícies de trabalho individualizadas de 0.80x0.60m, no mínimo, e divisórias entre cabines. Prever o mínimo de 12 usuários; prever dimensões acessíveis de uso.	30 m ²
6.	Sala de Estudos em Grupo	Espaço reservado com divisórias, dotado de mesa de reunião, para 8 a 10 pessoas, com divisórias munidas com visor em vidro; ao todo são 04 ambientes.	17 m ² x 3
7.	Sala de Áudio e Vídeo	Espaço para exibição de vídeos, videoconferência, palestras, etc.. Prever carteiras escolares para no mínimo 36 usuários, mesa de trabalho para 05 usuários e	50 m ²
		instalações para equipamentos diversos de exibição.	
8.	Sanitários	Sanitários feminino, masculino e acessíveis para o público. Proporção de conjuntos sanitários (bacia e lavatório para feminino; bacia, lavatório e mictório para masculino) conforme instrumentos legais do município. Cabines acessíveis, masculinas e femininas, com dimensões mínimas e acessórios conforme NBR 9050/2015.	12 m ²

Quadro 10: Setor Administrativo

ÍTEM	AMBIENTE	DESCRIÇÃO	ÁREA ESTIMATIVA DE REFEREÊNCIA
9.	Recepção	Área destinada a receber usuários para atendimento pelo bibliotecário ou outros funcionários do setor.	10 m ²
10.	Coordenação e Reunião	Espaço dotado de uma estação de trabalho e uma mesa de reunião, para 8 pessoas.	21 m ²
11.	Sala do Bibliotecário e Substituto	Espaço dotado de duas estações de trabalho e armários de escritório.	15 m ²
12.	Sala de Processamentos Técnicos e Aquisição de Material	Espaço destinado à recepção e catalogação de novos materiais. Prever estações de trabalho e estantes.	14 m ²
13.	Sala de Higienização e Reparos	Espaço destinado aos processos de recuperação de materiais do acervo. Deve ser contígua à sala de processamentos técnicos. Prever bancada lavável com pias; prever superfícies de trabalho e estantes.	18 m ²
14.	Depósito	Área para estoque de materiais diversos do setor.	7 m ²
15.	Arquivo	Área para arquivamento de materiais do setor	15 m ²
16.	Sanitários de Funcionários	Sanitários feminino, masculino e acessíveis para os funcionários do setor.	17 m ²
17.	Sala da direção de ensino	Espaço destinado para da direção de ensino	20 m ²
18.	Sala da coordenação de curso	Espaço destinado para da direção de ensino	20 m ²
19.	Salas de aula	Espaço destinado a aulas do curso técnico	50 m ²
20.	Sala da CRADT	Espaço destinado para CRADT	20 m ²
21.	Sala da DAEE	Espaço destinado para DAEE	40 m ²
22.	Sala dos professores	Espaço destinado para sala dos professores	70 m ²
23.	Laboratório de informática	Espaço destinado ao laboratório de informática	50 m ²

Quadro 11: Descrição de equipamentos Direção de ensino e Coordenações de ADM e

MSI

DIREÇÃO DE ENSINO E COORDENAÇÃO		
ITEM	DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	QUANTITATIVO
1	ESTANTES	1
2	MESA TIPO L	3
3	CADEIRA GIRATÓRIA	3
4	GAVETEIRO	3
5	ARCONDICIONADO	1
6	IMPRESSORA	1
7	COMPUTADOR ALL IN ONE	3
8	NOBREAK	3

Fonte: Elaboração própria

Quadro 12: Descrição de equipamentos DAE

DIVISÃO DE APOIO AO ESTUDANTE		
ITEM	DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	QUANTITATIVO
1	ESTANTES	1
2	MESA TIPO L	4
3	CADEIRA GIRATÓRIA	4
4	IRO	4
5	AR-CONDICIONADO	1
6	IMPRESSORA	1
7	COMPUTADOR <i>ALL IN ONE</i>	4
8	<i>NOBREAK</i>	4
9	GELÁGUA	1

Fonte: Elaboração própria

Quadro 13: Descrição de equipamentos salas de aula

SALAS DE AULA (6 salas)		
ITEM	DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	QUANTITATIVO
1	CADEIRA ESCOLAR DE BRAÇO COM SUPORTE	40 POR SALA
2	BIRÔ	1 POR SALA
3	CADEIRA PLÁSTICA SEM BRAÇO	1 POR SALA
4	AR-CONDICIONADO	1 POR SALA
5	PROJETOR MULTIMÍDIA	1 POR SALA
6	QUADRO BRANCO	1 POR SALA

Fonte: Elaboração própria

Quadro 14: Descrição de equipamentos Biblioteca

BIBLIOTECA		
ITEM	DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	QUANTITATIVO
1	ESTANTES	54
2	BANCADA	5
3	COMPUTADORES	8
4	IMPRESSORA	1
5	<i>NOBREAK</i>	8
6	MESA PARA COMPUTADOR	8
7	GAVETEIRO	4
8	AR-CONDICIONADO	12
9	CADEIRAS SALA VIDEOCONFERÊNCIA	41
10	CADEIRA GIRATÓRIA	41

Fonte: Elaboração própria

Quadro 15: Descrição de equipamentos laboratório de informática

LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA		
ITEM	DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	QUANTITATIVO
1	MESA SIMPLES PARA COMPUTADOR	1
2	CADEIRA GIRATÓRIA	1
3	GAVETEIRO	1
4	AR-CONDICIONADO	1
5	COMPUTADOR ALL IN ONE	15
6	<i>NOBREAK</i>	8
7	COMPUTADOR DESKTOP	2
8	MONITORES LCD	3
9	<i>NOBREAK</i>	8
10	CADEIRAS SIMPLES	26
11	<i>SoftwareS LIVRES COMPATÍVEIS COM O WORD, EXCEL E POWERPOINT</i>	17

Fonte: Elaboração própria

Quadro 16: Descrição de equipamentos sala dos professores

SALA DOS PROFESSORES		
ITEM	DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	QUANTITATIVO
1	MESA REDONDA	1
2	CADEIRA	6
3	COMPUTADOR <i>ALL IN ONE</i>	3
4	<i>NOBREAK</i>	3

5	AR-CONDICIONADO	1
6	ARMÁRIO GUARDA-VOLUME	2

Fonte: Elaboração própria

Quadro 17: Descrição de equipamentos CRADT

CRADT		
ITEM	DESCRIÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	QUANTITATIVO
1	ESTANTES	2
2	MESA TIPO L	2
3	CADEIRA GIRATÓRIA	2
4	GAVETEIRO	2
5	AR-CONDICIONADO	0
6	IMPRESSORA	2
7	COMPUTADOR <i>ALL IN ONE</i>	2
8	<i>NOBREAK</i>	2
9	<i>DATA SHOW</i>	9
10	MÁQUINA DE XEROX	1
11	ARQUIVO	2
12	MESINHA	1
13	FRIGOBAR	1

Fonte: Elaboração própria

Observa-se que existe uma política de manutenção contínua dos computadores e equipamentos disponíveis, com a realização de manutenções periódicas programadas pelo setor administrativo. O objetivo principal dessa manutenção é prolongar a vida útil dos dispositivos. Ela ocorre em várias etapas ao longo do período letivo. Entre as ações periódicas, destacam-se a limpeza física externa das máquinas, realizada semanalmente, e a limpeza lógica, que envolve a verificação e atualização do sistema operacional, do antivírus e dos softwares essenciais, como planilhas, editores de texto, apresentações e ferramentas de navegação na internet, utilizados pelos professores.

Além disso, em caso de contingências que envolvam problemas de hardware nos computadores ou nos *nobreaks*, um chamado é aberto para a empresa contratada no âmbito da garantia estendida, a qual responde prontamente dentro de um prazo razoável.

Anualmente, também é realizada a restauração de fábrica de todo o maquinário do laboratório, garantindo o bom funcionamento dos equipamentos.

Os alunos do curso de pós-graduação *Lato Sensu* em MBA em Gestão Empresarial do IFPE Campus Paulista terão acesso a diversos recursos, como as salas de aula, auditório, laboratório de informática, biblioteca, área de convivência e sala de coordenação do curso.

5. REFERÊNCIAS

BRASIL Decreto n. 13.064, de 12 de junho de 1918. Dá novo regulamento às Escolas de Aprendizes Artífices.

BRASIL Decreto-Lei nº 4.073, de 30 de janeiro de 1942. Lei orgânica do ensino industrial.

BRASIL Decreto nº 53.558, de 13 de fevereiro de 1964. Altera denominação de escolas de iniciação agrícola, agrícolas e agrotécnicas.

BRASIL Decreto nº 5.154 de 23 de julho de 2004. Regulamenta o § 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e dá outras providências.

BRASIL Lei nº 378, de 13 de janeiro de 1937. Dá nova organização ao Ministério da Educação e Saúde Pública.

BRASIL Lei Nº 3.552, De 16 De Fevereiro De 1959. Dispõe sobre nova organização escolar e administrativa dos estabelecimentos de ensino industrial do Ministério da Educação e Cultura, e dá outras providências.

BRASIL Lei nº 4.024, de 20 de dezembro de 1961. Fixa as Diretrizes e Bases da Educação Nacional.

BRASIL Lei nº 5.692, de 11 de Agosto de 1971. Fixa diretrizes e bases para o ensino de 1. e 2 graus, e da outras providencias.

BRASIL lei nº 7.044, de 18 de outubro de 1982. Altera dispositivos da Lei nº 5.692, de 11 de agosto de 1971, referentes a profissionalização do ensino de 2º grau.

BRASIL Lei nº 8.731, de 16 de novembro de 1993. Transforma as Escolas Agrotécnicas Federais em autarquias e dá outras providências.

BRASIL Lei nº 8.948, de 8 de dezembro De 1994. Dispõe sobre a instituição do Sistema Nacional de Educação Tecnológica e dá outras providências.

BRASIL. Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008 - Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, e dá outras providências.

BRASIL Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência).

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Resolução CES N.º 3, de 5 de outubro de 1999. Fixa condições de validade dos certificados de cursos presenciais de especialização.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Resolução CNE/CES N.º 24, DE 18 de dezembro de 2002. Altera a redação do parágrafo 4º do artigo 1º e o artigo 2º, da Resolução CNE/CES 1/2001, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Resolução N.º 1, de 8 de junho de 2007. Estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação *lato sensu*, em nível de especialização.

Instituto Federal de Pernambuco. Conselho Superior. Projeto Político Pedagógico Institucional – PPPI. 2012.

Instituto Federal de Pernambuco. Conselho Superior. RESOLUÇÃO CONSUP/IFPE Resolução nº 67 de 19 de fevereiro de 2021. aprovou o Regulamento dos Cursos de PósGraduação *Lato Sensu* do IFPE.

Instituto Federal de Pernambuco. Conselho Superior. RESOLUÇÃO CONSUP/IFPE N.º 237, DE 8 DE ABRIL DE 2024. Aprova a alteração da Resolução nº 67 de 19 de fevereiro de 2021, a qual aprovou o Regulamento dos Cursos de Pós-Graduação *Lato Sensu* do IFPE.

Instituto Federal de Pernambuco. Conselho Superior. RESOLUÇÃO CONSUP/IFPE N.º 137, DE 29 DE JULHO DE 2022. Aprova o Plano de Desenvolvimento Institucional 2022- 2026 do IFPE.

SANTOS, É. P.; SILVA, B.C. de F. ; SILVA, G. B. da . **A contextualização como ferramenta didática no ensino de química.** in: **vi colóquio internacional educação e contemporaneidade**, 2012, São Cristóvão-SE. Disponível em: <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/10179/39/39.pdf>. Acessado em: 24 de fevereiro de 25.

THIESEN, Juares S.. **A interdisciplinaridade como um movimento articulador no processo ensino-aprendizagem.** Revista Brasileira de Educação, v. 13, p. 545-554, 2008.

Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbedu/a/swDcnzst9SVpJvpx6tGYmFr/?format=pdf&lang=pt>.

Acessado em: 24 de fevereiro de 2025.

APÊNDICE



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO PRÓ-REITORIA DE ENSINO DIRETORIA DE ENSINO – CAMPUS PAULISTA

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	ORATÓRIA E RETÓRICA	20h	I

EMENTA

A importância da oratória no trabalho. A comunicação interpessoal do gestor com sua equipe. Como se expressar entre líderes. Comunicação como fator de sucesso nas relações.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Desenvolvimento das técnicas de oratória e do processo comunicativo.
Melhoria da percepção entre interlocutor e orador.
Melhoria do poder de convencimento.

METODOLOGIA

Exposição dialogada. Dinâmicas em grupo.

AVALIAÇÃO

Prova didática.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Fundamentos da comunicação para conversação em público. Aprendendo a se expressar, linguagem corporal, entonação da voz, convencimento através da palavra. Técnicas e estratégias de comunicação oral. A comunicação nos trabalhos de grupo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

POLITO, Reinaldo. Como falar corretamente e sem inibições. 111. ed. rev. atual. ampl. São Paulo: Saraiva, 2009.
--

POLITO, R. Assim é que se fala: como organizar a fala e transmitir ideias. São Paulo: Saraiva, 2005.

SAMPAIO, Mônica. Curso de Locução Dirigida Para Todas as Profissões. Rio de Janeiro: Brasport, 2012
--

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALVES, Leo da Silva. Arte da Oratória: Os Segredos do Orador de Sucesso. São Paulo: Forense, 2004.

Souza, Cláudio de. Curso de Oratória e Marketing Pessoal. Minas Gerais: Líder, 2010.

POLITO, Reinaldo. Recursos Audiovisuais: Nas Apresentações de Sucesso. São Paulo: Saraiva, 2009.

ESPOSITO, Janet. Como Atuar e Falar em Público Sob os Holofotes. São Paulo: M. Books, 2011.
--

POMBO. Ruthe Rocha. A Arte de Se Expressar Bem em Público. São Paulo: Editora Vozes, 2010.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Negociação e administração de conflitos	20	I

EMENTA

Conflito e Negociação. Fontes do conflito. Transições na Conceituação de conflitos. O processo do Conflito. Estratégia de negociação. Gestão e mediação de conflito.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Compreensão dos Conflitos
Gestão e Resolução de Conflitos
Habilidades de Negociação
Comunicação e Relações Interpessoais:
Capacidade Analítica e Crítica

METODOLOGIA

Aulas expositivas e teóricas
Discussão de estudos de caso
Simulações e role plays
Atividades práticas e debates
Análise crítica de textos e artigos especializados

AValiação

Estudos de Caso e Práticas: Análise de Estudos de Caso Reais, Simulações e Role Plays de Negociação e Mediação, Reflexão e Avaliação das Práticas

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução à Gestão de Conflitos: Definição e Tipos de Conflitos, Causas e Consequências dos Conflitos, Conflitos Interpessoais, Organizacionais e Sociais **Teorias e Modelos de Conflito:** Teoria dos Jogos e Conflitos, Modelos de Resolução de Conflitos, O Ciclo do Conflito

Estilos e Estratégias de Gestão de Conflitos: Estilos de Manejo de Conflitos (Competitivo, Colaborativo, Evitativo, etc.), Estratégias de Resolução de Conflitos (Negociação, Mediação, Arbitragem)

Negociação: Conceitos e Processos: Definição e Tipos de Negociação (Distributiva, Integrativa), Etapas do Processo de Negociação, Técnicas de Negociação e Influência

Habilidades Interpessoais e Comunicação na Negociação: Comunicação Eficaz e Escuta Ativa, Gestão de Emoções e Empatia, Resolução de Impasses e Gerenciamento de Táticas de Negociação

Mediação e Arbitragem: Conceitos e Funções do Mediador e do Árbitro, Processos e Técnicas de Mediação, Diferenças entre Mediação e Arbitragem

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

WEISS, Jeff. **Negociações eficazes: tome a iniciativa. Gerencie conflitos. Chegue ao fim.** São Paulo: Sextante, 2018.

MARTINELLI, Dante P. **Negociação empresarial: enfoque sistêmico e visão estratégica.** Barueri: Manole, 2015.

MARTINELLI, Dante P.; ALMEIDA, Ana Paula de.; BANDOS, Melissa. **Negociação e solução de conflitos: do impasse ao ganha-ganha com o melhor estilo.** São Paulo: Atlas, 2020.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Felipe. **Comportamento organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro.** 14. ed. São Paulo: Pearson FinancialTimes – Prentice Hall, 2010.

BURBRIDGE, Anna; BURBRIDGE, Marc. **Gestão de conflitos: desafio do mundo corporativo.** Editora Saraiva, 2012.

LEWICKI, Roy; SAUNDERS, David; MINTON, John. **Fundamentos da negociação.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Cenários e desafios da economia nacional	20	I

EMENTA

Demanda e Previsão, Decisões sobre Preço e Produção: Estratégia e Táticas, Estimativa da Demanda, Informações Assimétricas, Regulamentação Governamental, Fatores Econômicos Externos e Fracasso do Mercado

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Introduzir o estudante nas análises de alocação de recursos e como as decisões estratégicas e táticas são feitas por analistas, gerentes e consultores nos setores público e privado e nas entidades sem fins lucrativos da economia.

METODOLOGIA

Teoria abstrata por um lado e estudo de casos por outro. Estruturas conceituais baseadas na teoria microeconômica proporcionam a espinha dorsal do conhecimento específico do componente.

AValiação

Prova

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Oferta/demanda/Preço de Equilíbrio
 Elasticidades
 Estimativa da Demanda por Meio de Técnicas de Pesquisa de Marketing
 Mark-up Ótimo, Margem de Contribuição e Porcentagem da Margem de Lucro Bruto
 Informações Assimétricas
 Soluções para o Problema da Seleção Adversa
 Jogos de Estratégia Empresarial
 Rivalidade de Empresas como um Jogo Sequencial
 Barreiras à Entrada e Ajustes

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MCGUIGAN, James R; MOYER, R. Charles; HARRIS, Frederick H. de B. **Economia de empresas: aplicações, estratégias e táticas**. São Paulo: Cengage Learning, 2011. xiii, 500 p.

ROSSETI, José Paschoal. **Introdução à economia**. São Paulo: Atlas, 2003.

VASCONCELOS, Marco Antônio. **Economia: micro e macro**. São Paulo: Atlas, 2004

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MENDES, Judas Tadeu Grassi. **Economia: fundamentos e aplicações**. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2009.

MORCHON, Francisco Morcillo. **Princípios de economia**. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2006.

VASCONCELOS, Marco Antônio. GARCIA, Manuel E. **Fundamentos de Economia**. São Paulo: Saraiva, 2012.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
 COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Liderança e gestão de equipes	20	I

EMENTA

A liderança e as equipes nos diversos ambientes. Perfil de líder. Conhecimento da dinâmica de funcionamento das equipes. Ambiente de mudança, inteligência emocional, teorias motivacionais e ferramentas de gestão (como empowerment, feedback e delegação).

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

- liderar equipes de trabalho em ambientes dinâmicos;
- identificar as principais competências demandadas em si e nos integrantes da equipe;
- propor, implementar e gerir planos de ação para a criação de um ambiente colaborativo;
- analisar, interpretar e agir sobre os fatores que influenciam o desempenho da equipe;
- estruturar, implementar e revisar políticas e práticas de desenvolvimento e engajamento dos membros da equipe.

METODOLOGIA

Exposição dialogada. Dinâmicas em grupo. Estudo de caso prático.

AVALIAÇÃO

Atividade prática realizada no ambiente organizacional dos participantes.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 1 - Liderança em tempos de mudança
- Desafios da liderança em tempos de mudança constante

- Novos papéis e competências para a liderança frente à transformação digital
- Fatores que influenciam as mudanças nas equipes e nas organizações
- Papel e relevância da liderança na gestão das mudanças, redução das resistências e adaptação às novas práticas

2 - Teorias e abordagens para a liderança

- Teorias e abordagens de liderança
- Inteligência emocional e exercício da liderança
- Feedback para o desenvolvimento de equipes

3 - Liderança e desenvolvimento de equipes

- Características e tipos de equipe
- Fases do desenvolvimento de equipes
- Diversidade nas equipes e seus impactos no desempenho

4 - Liderança e motivação

- Conceitos e teorias motivacionais e sua aplicação na liderança de equipes
- Relação entre satisfação, motivação, engajamento e desempenho de equipes
- Delegação, autonomia e empowerment nas equipes

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- 1 BIZZO, David. **Manual de Liderança e Gestão de Pessoas e Equipes - 2ª edição:** Alcançando o sucesso em equipes: um guia prático para liderança e gestão de pessoas eficaz (Grãos de Liderança). 2 ed. São Paulo: Clube de Autores, 2023.
- 2 LENCIONI, Patrick. **As 3 virtudes essenciais para trabalhar em equipe: Uma história sobre colaboração.** 1 ed. São Paulo: Sextante, 2022.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- 1 FRANÇA, A. C. L. **Práticas de recursos humanos – PRH: conceitos, ferramentas e procedimentos.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- 2 HELAL, D.H.; GARCIA, F.C.; HONÓRIO, L.C. **Gestão de Pessoas e Competência: Teoria e Pesquisa.** Curitiba: Juruá, 2008.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Códi go	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Modelos de negócios (<i>business modelling</i>)	20	I

EMENTA

Design Thinking, Modelagem de Negócios, CANVAS, Business Model You, Value Proposition Design

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Compreender a modelagem de Negócio;
Saber como se desenvolvem os Modelos de Negócios
Criar um Modelo de Negócio

METODOLOGIA

Aulas expositivas dialogadas, estudos de casos, apresentação de vídeos, apresentação de seminários, oficinas de elaboração de modelos de negócios.

AValiação

O processo avaliativo acontece ao longo das aulas e a nota é formada pelo somatório das atividades desenvolvidas ao longo da disciplina.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

<p>Design Thinking</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como organizar uma ideia <p>Modelagem de Negócios</p> <ul style="list-style-type: none"> - O que é e como fazer
<ul style="list-style-type: none"> - Modelos mais usados atualmente <p>CANVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ferramenta de Modelagem de Negócios - Proposta de Valor - Segmentação de mercado - Relacionamento com os clientes - Canais de Comunicação e Distribuição - Parcerias-chave - Atividades-chave - Recursos-chave - Despesas - Fontes de Receita <p>Business Model You</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelo de Negócio Pessoal - Dicas para quer se reinventar <p>Value Proposition Design</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como criar o que os clientes desejam - Testar e desenvolver

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

<p>OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model Generation. Alta Books, ano</p> <p>CLARK, Tim; OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business Model You. Alta Books, 2013.</p> <p>OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. BERNARDA, Greg e SMITH, Alan. Value Proposition Design. Alta Book, 2019.</p>
--

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

<p>BROWN, Tim. Design Thinking. Alta Books.2017.</p> <p>www.sebrae.com.br</p> <p>www.plataforma.bvirtual.com.br</p>

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Mercados de capitais e de crédito	20	I

EMENTA

Introdução ao mercado de capitais; sistema financeiro nacional; intermediação financeira; bolsa de valores; mercado primário; mercado secundário; teoria de carteira – taxas de retorno; avaliação de ações; tipos de investimentos; fontes de financiamentos de longo prazo; derivativos; governança corporativa; avaliação de ações; introdução aos mercados futuros e de opções.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

- Entender as diferentes abordagens de análise financeira e de investimentos;
- Compreender a estrutura do sistema financeiro nacional e internacional;
- Criar condições básicas para compreensão dos instrumentos financeiros e mercado financeiro;
- Conhecer os produtos disponíveis no mercado financeiro e formas de negociações;
- Compreender os efeitos de operações em mercados financeiros de forma a tomarem decisões eficazes na captação de fundos/créditos.
- Dotar os discentes os conhecimentos sobre avaliação e diversificação de investimentos e ao gerenciamento de riscos de ativos;
- Dotar os discentes os conhecimentos sobre avaliação e diversificação de investimentos e ao gerenciamento de riscos;
- Propiciar aos estudantes conhecimentos necessários para execução de funções financeiras em diversas organizações.

METODOLOGIA

A gestão da disciplina será ministrada através de conteúdos teóricos, conteúdos práticos, estudo dirigido em forma de pesquisas e ainda utilizar recursos de exposições dialogadas, grupos de discussão, seminários, debates, apresentação e discussão de filmes e casos práticos,

onde os conteúdos podem ser trabalhados mais dinamicamente, estimulando o senso crítico e científico dos alunos.

As aulas expositivas serão precedidas de leituras prévias dos discentes. As aulas ainda contemplarão estudos de casos práticos demonstrações práticas realizadas pelo professor e problematizadas por todos; a realização de laboratórios de experimentação executados pelos discentes e, trabalhos em campo, por meio de simuladores de bolsa de valores.

AValiação

Pode consistir de prova escrita, apresentação de seminários, trabalhos individuais ou em grupo, estudos dirigidos, resenhas críticas, resumo de artigos, etc.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução ao mercado de capitais

Sistema financeiro nacional

Mercado de ações

Principais papéis negociados no mercado de capitais

Principais financiamentos no mercado de capitais

Bolsa de valores nacional e mundial

Mercado primário e secundário

Teoria de carteira e taxas de retorno

Avaliação de ações e tipos de ações

Análises gráfica e fundamentalista de empresas

Tipos de investimentos

Fontes de financiamentos de longo prazo e avaliação de ações.

Dividendos

Derivativos

Governança corporativa

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSAF NETO, A. **Mercado Financeiro**. 10ª ed., São Paulo: Atlas, 2011.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado Financeiro: Produtos e Serviços**. 13ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

GITMAN, Lawrence. **Princípios de administração financeira essencial**. 12ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Claudio M.; CHEROBIM, Ana. Paula. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2016.

PINHEIRO, J. L. **Mercado de Capitais: Investimentos e Técnicas**. 6ª edição, São Paulo: Atlas, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRITO, Osias Santana de. **Mercado financeiro**. São Paulo: Saraiva, 2005.

CAVALCANTE, F.; MISUMI, J.Y.; RUDGE, L.F. **Mercado de capitais : o que é, como funciona**. Rio de Janeiro : Campus, 2007.

COSTA JR., N. C. A. da; LEMGRUBER, E. F.; LEAL, R. P. **Mercado de Capitais: Análise Empírica no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2000.

FARIA, R. G. de. **Mercado Financeiro: Instrumentos e Operações**. São Paulo: Pearson, 2003.

MACEDO Jr, J. S.; KOLINKY, S.; MORAIS, J. C. J. **Finanças Comportamentais: Como o Desejo, O Poder, O Dinheiro e as Pessoas Influenciam nossas Decisões**. São Paulo: Atlas, 2011.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Criatividade e inovação nas organizações	20	I

EMENTA

Conceito de criatividade. Conceito de inovação. Conexões entre criatividade e inovação. Importância da criatividade e da inovação no contexto organizacional atual. Enfrentamento de barreiras para atuação criativa e inovadora. Diversidade, sustentabilidade, criatividade e inovação. Desenvolvimento de um ambiente criativo e um ecossistema inovador.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Desenvolvimento do potencial criativo individual. Capacidade de atuar criativamente em grupo. Capacidade de refletir criativamente para solução de problemas organizacionais. Fomentar a capacidade de ações inovadoras no contexto organizacional

METODOLOGIA

Realização de dinâmicas, jogos, vivências práticas e debates.

AVALIAÇÃO

Participação nas atividades individuais e coletivas, propostas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Criatividade: conceitos e perspectivas.
 Inovação: conceitos e aplicações.
 Contexto organizacional contemporâneo.
 Barreiras à criatividade e inovação.
 Relações da diversidade com a criatividade e a inovação.
 Olhar da criatividade e da inovação para a sustentabilidade.
 Ecossistema inovador a partir de um ambiente criativo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SANMARTIN, Stella Maris. **Criatividade e inovação nas empresas [livro eletrônico]: do potencial à ação criadora**. São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2012.

GIGLIO, Zula Garcia; WECHSLER, Solange Múglia; BRAGOTTO, Denise (orgs). **Da criatividade à inovação**. Campinas, SP: Papirus, 2016.

OSTROWER, F. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis: Vozes, 1996.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BRUNO-FARIA, M. F. **Criatividade e inovação nas organizações: Desafios para a competitividade**. SP: Atlas, 2013.

DE MASI, Domenico. **O Ócio Criativo**. São Paulo: Sextante, 2000.

MACDONALD, Y. H. R. **Divagar devagar: Reflexões de desvaneios acerca da depressão, da criatividade e da arte**. Curitiba: Appris, 2013.

NACHMANOVITCH, Stephen. **Ser criativo: o poder da improvisação na vida e na arte**. São Paulo: Summus Editorial, 1993.

ROBINSON, K. **Libertando o poder criativo: as teorias sobre a imaginação, criatividade e inovações que despertam os talentos reprimidos**. São Paulo: HSM Editora, 2012.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Códi go	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Marketing na era digital	20	I

EMENTA

- Ambiente de marketing e conceitos essenciais - Branding e comportamento do consumidor - Novas estratégias para um marketing movido a tecnologia - Plano de Marketing
--

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

- Ter conhecimento acerca das ferramentas e estratégias do marketing tradicional e do digital. - Saber elaborar um plano de marketing. - Trazer uma perspectiva atual e sólida sobre o consumidor contemporâneo.
--

METODOLOGIA

Aulas Expositivas dialogadas Palestras Estudo de casos Textos e debates Vídeos Seminários Dinâmicas Pitch Roda de diálogo

AVALIAÇÃO

O processo avaliativo dar-se-á longo das aulas sendo a nota composta pelo somatório obtido através da entrega/participação das atividades propostas.
--

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

<ul style="list-style-type: none"> - Ambiente de marketing e conceitos essenciais <ul style="list-style-type: none"> ● Fundamentos do Marketing ● Tipos de Marketing ● Tendências de Mercado ● Ambiente de Marketing - Branding e comportamento do consumidor
<ul style="list-style-type: none"> ● Gestão de Marca ● Análise Comportamental do Consumidor - Novas estratégias para um marketing movido a tecnologia <ul style="list-style-type: none"> ● Implementação de ferramentas digitais e análise de dados ● Social Media ● Marketing digital e suas ferramentas - Plano de Marketing <ul style="list-style-type: none"> ● Elaboração e apresentação em forma de pitch.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

<p>KOTLER, P.; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 15. Ed.; São Paulo: Pearson, 2018.</p> <p>KOTLER, P., KARTAJA, H. & SETIAWAN, I. Marketing 5.0: Tecnologia para a Humanidade. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.</p> <p>CHAFFEY, D., CHADWICK, E. Digital Marketing. Rio de Janeiro: Pearson, 2019.</p>
--

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

<p>POMPÉIA, R.; MEIRA, Silvio. Marketing do Futuro: Um Método Para Resolver Desafios de Marketing em Mercados de Plataformas. São Paulo: ACTUAL, 2024.</p> <p>BRANCO, J. Desmarketize-se: o novo marketing não parece marketing. São Paulo: Editora Gente, 2023.</p>
--

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Códi go	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Gestão e inteligência artificial	20	I

EMENTA

A quarta revolução industrial. Inteligência artificial e o mundo corporativo. A gestão da tecnologia no ambiente empresarial. A importância da inteligência artificial no mundo corporativo.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Conhecimento das novas tendências de uso das novas tecnologias no ambiente corporativo.

METODOLOGIA

Aulas expositivas, estudos de caso e reflexões em grupo. - Leitura e discussão de artigos científicos, textos e relatórios sobre o tema.

AVALIAÇÃO

Estudos de caso, trabalhos em grupo, seminários.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A Sexta Onda de Inovação Tecnológica.
 Apanhado histórico das inovações tecnológicas.
 Quarta Revolução Industrial e Indústria 4.0.
 Desenvolvimento da Indústria 4.0 no Brasil.
 Introdução à Inteligência Artificial (IA).
 Introdução aos fundamentos básicos de aplicação da IA no contexto de gestão
 Modelos de negócio com IA
 Inteligência artificial aplicada aos negócios Introdução a
 Business Intelligence.
 Gestão de empresas em ambientes digitais.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

IANSITI, Marco; LAKHANI, Karin. **Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World.** Cambridge, MA: Harvard University Press, 2020.

LIAO, S. Matthew. **Ethics of Artificial Intelligence.** NY: Oxford University Press, 2020.

RUSSELL, S., NORVIG, P. **Inteligência Artificial.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

PACHECO, Marco Aurélio Cavalcanti; VELLASCO, Marley Maria B. Rebuzzi. **Sistemas inteligentes de apoio à decisão: análise econômica de projetos de desenvolvimento de campos de petróleo sob incerteza .** Rio de Janeiro: Interciência, 2007. 306 p. (Business intelligence ; 1). ISBN 9788571931725.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARVALHO, Luís Alfredo Vidal de. **Datamining: a mineração de dados no marketing, medicina, economia, engenharia e administração.** São Paulo: Ciência Moderna, 2005. 225 p. ISBN 8573934441.

RUSSEL, S. NORVIG, P. **Inteligência Artificial.** 3º Edição, GEN LTC 2013

SCHWAB, K. **A Quarta Revolução Industrial.** São Paulo: Edipro, 2016

TAULLI, Tom. **Introdução à Inteligência Artificial: uma Abordagem Não Técnica.**

Novatec Editora; 1ª edição (6 janeiro 2020) Inteligência Artificial - Uma Abordagem

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação tecnológica: a economia da tecnologia no Brasil.** 2ª Ed. Rio de Janeiro: ed. Campus, 2014

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Códi go	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Jogo de negócios	20	II

EMENTA

Teoria dos jogos, gamificação, jogos de negócios, simulações e dinâmicas de grupo.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Tomar decisões rápidas e eficientes,
Saber negociar, mediar conflitos, trabalhar em equipe, calcular e assumir riscos,
Montar equipes de talentos,
Fazer a gestão de tempo e de projetos,
Criar networking estabelecendo relações e parcerias estratégicas para os negócios. Agir sob pressão.

METODOLOGIA

Aulas expositivas e dialogadas, gamificação, simulações, interdisciplinaridade, seminários, trabalho em equipe e estudos de casos.

AVALIAÇÃO

O processo avaliativo acontece ao longo das aulas e a nota é formada pelo somatório das atividades desenvolvidas ao longo da disciplina.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Teoria dos jogos:

- O que é, para que serve e como aplicar. Gamificação:
- O que é, para que serve e como aplicar.
- Como usar a gamificação para aprender.

Jogos de negócios:
 - Teoria, Exemplificação e prática.
 Simulações:
 - Simulação de jogos.
 Dinâmicas de grupo:
 - Teoria, Exemplificação e prática.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

SOUZA, Ananisa Silva de. **Jogos, Simulações e Dinâmicas Organizacionais**. Vozes, Petrópolis, RJ, 2020. E-book disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 30 ago. 2024.

MORBACH, Jaqueline; MENDES, Giselly Santos. **Técnicas vivenciais: dinâmicas de grupo e jogos empresariais**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 30 ago. 2024.

FIANI, R. **Teoria dos jogos: com aplicações em economia, administração e ciências sociais**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

PIANEZZER, Guilherme Augusto. **Teoria dos jogos: conceitos e aplicações**. Curitiba, PR: Intersaberes, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 30 ago. 2024.

ALVES, F. **Gamification: como criar experiências de aprendizagem engajadoras: um guia completo do conceito à prática**. São Paulo: DVS, 2014.

BAZERMAN, M. H. **Processo decisório para cursos de administração, economia e MBAs**. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

GRAMIGNA, M. R. M. **Jogos de empresas e técnicas vivenciais**. 4.ed. São Paulo: Pearson, 2011.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
 COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Gestão de riscos	20	II

EMENTA

Análise do Ambiente de Negócios. Modelos de gestão de risco. Identificação de riscos corporativos. Análises de risco na cadeia de valor.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Demonstrar como a metodologia de gestão de riscos corporativos contribui para a geração de valor e crescimento sustentável das organizações.

Instruir como identificar oportunidades de aprimorar a gestão de riscos corporativos em suas organizações.

Articular os conceitos de Risco e Crise através de uma abordagem humana.

METODOLOGIA

- Seminários (aula invertida);
- aulas expositivas/ realização de estudo de casos.

AValiação

- Apresentação de trabalhos em sala (50%) e elaboração de estudo de caso referente ao assunto (50%).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Análise do Ambiente de Negócios: Nova Economia Institucional.
- Riscos Corporativos: conceitos, tipologias e relações.

- Modelos de Gestão de Riscos Corporativos: Objetivos, Componentes e Divisão do Modelo.
- Modelos de Gestão de Riscos Corporativos: ISO 31000.
- Princípios de Gestão de Riscos Corporativos.
- Visão Sistêmica do Modelo de Gestão de Riscos Corporativos.
- Identificação dos Riscos Corporativos, Análise dos Riscos Corporativos e Avaliação dos Riscos Corporativos.
- Tratamento e monitoramento dos Riscos Corporativos.
- Monitoramento dos Riscos Corporativos.
- Cultura da Gestão de Riscos Corporativos.
- Maturidade em Gestão de Riscos Corporativos. - Análise de Riscos na Cadeia de Valor.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

GALANTE, Erick Braga Ferrão. **Princípios de gestão de riscos**. Appris Editora e Livraria Eireli-ME, 2015.

ASSI, Marcos. **Gestão de riscos com controles internos**. Saint Paul Editora, 2021.

KIMURA, Herbert; PERERA, Luiz Carlos Jacob. **Modelo de otimização da gestão de risco em empresas não financeiras**. Revista Contabilidade & Finanças, v. 16, p. 59-72, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

GAMBÔA, Fernando Alexandre Rodrigues; CAPUTO, Márcio Saez; BRESCIANI FILHO, Ettore. **Método para gestão de riscos em implementações de sistemas ERP baseado em fatores críticos de sucesso**. JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management, v. 1, p. 45-62, 2004.

DA UNIÃO, Brasil Tribunal de Contas. **Manual de gestão de riscos do TCU**. 2020.

ALBUQUERQUE, M.; COUTO, M. H. G.; OLIVA, F. L. **Identificação e análise dos riscos corporativos associados ao ambiente de valor do negócio de cacau da Cargill**. Cadernos EBAPE, Vol. 17, No. 1, pp. 156-172, 2019.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Gestão da logística e da cadeia de suprimentos	20	II

EMENTA

Atividades da logística empresarial: Suprimentos, Estoques, Armazenagem, Separação de Pedidos, Transportes e Distribuição.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Desenvolvimento da capacidade de compreender e analisar a função do sistema logístico empresarial de serviços.

METODOLOGIA

Aula Expositiva e dialogada
Leitura de textos, estudos de casos e artigos Vídeos e filmes

AVALIAÇÃO

Desenvolvimento de estudos de caso, seminários ou trabalhos em grupo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Importância da Logística no ambiente de negócio da empresa
A logística como estratégia competitiva
Objetivo do Sistema Logístico
Elementos dos Custos Logísticos
Principais *Trade-offs* logísticos
Estratégias de Distribuição
Canais de Distribuição
Ciclo do Pedido

Armazenagem e movimentação de materiais
 Operadores Logísticos
 Canais de distribuição reversos de bens pós-consumo e pós-venda;
 Logística Reversa: definições e áreas de atuação;
 A logística reversa de pós-consumo do setor de plásticos, ferro e aço, alumínio, latas de alumínio, óleos lubrificantes, no Brasil;
 Uso da Tecnologia da Informação na logística.
 Aplicação prática da TI na Logística.
 Centros de distribuição
 Redes de distribuição
 Estratégias para abastecimento: integração, terceirização, oportunidade e competição, *crossdocking, distribution utility, picking e transit point*

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CHING, Hong Yuh. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada: Supply Chain**. São Paulo: Atlas, 2010.
 DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais: princípios, conceitos e gestão**. Ed. Atlas. São Paulo, 2014.
 GONÇALVES, Paulo Sérgio. **Administração de Materiais. 5. Ed. Revisada e atual.** - Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ARNOLD, J. R. Tony. **Administração de Materiais**. São Paulo: Atlas, 1999.
 NOVAES, Antônio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Ed. Elsevier. Rio de Janeiro, 2015
 DALVI, Luciano. **Manual das Licitações & Contratos Administrativos**. São Paulo: Contemplar, 2012.
 DAVID, Pierre; STEWART, Richard. **Logística internacional**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2017.
 POZO, Hamilton. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística**. São Paulo: Atlas, 2016.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
 COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Códi go	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	E-commerce	20	II

EMENTA

Dinâmicas do comércio digital, modelos, principais conceitos e possibilidades. Modelos de negócio digital e ferramentas de apoio. Áreas de tecnologia, segurança e operacionalização. Dinâmicas do ambiente do mercado digital e formas de atuação úteis nesse ambiente.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

- adotar os novos paradigmas tecnológicos da revolução digital na gestão e no posicionamento estratégico no mercado de produtos e serviços digitais;
- adequar os diferentes modelos de negócio às operações de e-commerce;
- avaliar as opções para a implantação de soluções de e-commerce em múltiplas plataformas, observando aspectos técnicos e legais;
- empregar as principais ferramentas e tecnologias na construção de negócios digitais.

METODOLOGIA

Exposição dialogada. Dinâmicas em grupo. Estudo de caso prático.

AVALIAÇÃO

Atividade prática realizada no ambiente organizacional dos participantes.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- 1 - Internet e negócios
- Rumo ao digital
 - Lógica, algoritmos e linguagens de programação
 - Interatividade e convergência
 - Surgimento e desenvolvimento da internet

- Impacto da internet nos negócios e na competitividade
- 2 - Modelos de negócio e receita na internet
- Visão geral do e-commerce no Brasil
 - Cauda longa
 - Business to customer (B2C)
 - Business to business (B2B)
 - Consumer to consumer (C2C)
- 3 - E-commerce: tecnologia, segurança e operacionalização
- Como funciona a web
 - Plataformas de e-commerce
 - Segurança e privacidade
 - Sistemas de pagamento
- 4- Novas plataformas e ferramentas de apoio à decisão
- Marketing de busca – Search Engine Marketing (SEM)
 - Mobile commerce & mobile payment
 - Internet das Coisas – Internet of Things (IOT)
 - Análise preditiva

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

STEFANO, Nara. ZATTAR, Izabel Cristina. **E-commerce: conceitos, implementação e gestão** Ed. InterSaberes. Ano 2016.
 OLIVEIRA, Bruno. **Crie seu mercado no mundo digital**. Ed. Gente. Ano 2018.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SILVA, Victória Maria et al. **E-commerce: vantagens e desvantagens**. Libertas: Revista de Ciências Sociais Aplicadas, v. 11, n. 2, p. 294-317, 2021.
 MARTUCCI, Rodrigo. **E-commerce Brasil: Os impactos da pandemia no comportamento do consumidor on-line**. 2019. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/covid-19-o-impacto-da-pandemia-nocomportamento-de-compra-online/>>. Acesso em: 26 jun. 2022
 VALE, Fábio do; SILVA VIGO, Leandro José da; MOREIRA, João Vitor Brandão. **Ecommerce: A transformação do comércio eletrônico**. *Revista Latino-Americana de Estudos Científicos*, v. 3, nº6, p. 1-8, 2022.
 SIQUEIRA, Fernando de Souza; SANTOS, Dos Talita; ALONSO, Nelson Junior. **Ecommerce: as vantagens do comércio eletrônico e sua confiabilidade frente a seus clientes**, 2014. Disponível em: http://www.convibra.com.br/upload/paper/2014/37/2014_37_10318.pdf. Acesso em: 24 jun. 2022

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
 COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Metodologia científica	20	II

EMENTA

Fundamentos da Metodologia da Pesquisa. Problema do estudo e formulação de hipóteses. Métodos e técnicas de pesquisa. Normas para Elaboração de Trabalhos Acadêmicos. Noções básicas de organização de texto científico (Normas ABNT, Vancouver e APA). Elaboração de artigo científico. Apresentação, tabulação e análise de dados

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Entender os conceitos fundamentais e a importância da metodologia científica na produção de conhecimento.
 Formular problemas de pesquisa claros, objetivos e hipóteses testáveis. Elaborar planos de pesquisa detalhados, com revisão da literatura e justificativa sólida.
 Realizar análises qualitativas e quantitativas apropriadas.
 Interpretar os resultados de maneira crítica e contextualizada.
 Produzir relatórios e artigos científicos de acordo com as normas de publicação.

METODOLOGIA

Aulas dialogadas-expositivas

AVALIAÇÃO

Participação em discussões e atividades práticas
 Elaboração e apresentação de um projeto de pesquisa
 Análise crítica de artigos científicos

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Formulação do problema, objetivos e justificativa da investigação. Etapas de um trabalho de investigação científica: preparação, execução e apresentação de resultados. Abordagens quantitativa e qualitativa na pesquisa científica. Métodos e instrumentos de coleta de dados. A elaboração da redação científica.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MARCONI, Marina De Andrade ; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 373 p. I

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 24. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2016. 317 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

SAMPIERI, Roberto Hernández; CALLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. Porto Alegre: Penso, 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2016.

PINKER, Steven. **Guia de escrita: como conceber um texto com clareza, precisão e elegância**. São Paulo: Contexto, 2016.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Análise das demonstrações contábeis	20	II

EMENTA

A matéria Análise das Demonstrações Contábeis é mais bem desenvolvida no nível de pós-graduação; a análise crítica dos instrumentos de análise das demonstrações contábeis só pode ser feita na pós-graduação, pois é quando o conhecimento do estudante e seu amadurecimento podem permitir a verificação do adequado potencial de cada ferramenta e de sua limitação.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

O objetivo da disciplina é revisar rapidamente os principais instrumentos de análise das demonstrações contábeis para subsequente aprofundamento na análise crítica de sua potencialidade e de suas limitações.

METODOLOGIA

Aulas expositivas, com debates críticos sobre o assunto abordado, utilizando recursos áudio visuais possibilitando a integração entre os discentes e a realidade do mercado corporativo.

AVALIAÇÃO

Discussão em sala sobre os temas de cada encontro. Fichas de leitura. Apresentação de trabalho escrito sobre temas definidos em sala. Possibilidade de atividades concomitantes e de pesos para compor a nota, tais como:

- Participação em aula (seminários, debates, mesa redonda) 35%
- Participação nas apresentações (trabalhos em grupo) 35%
- Entrega de materiais (provas escritas, prova múltipla escolha ou trabalhos individuais) 30%

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. A Análise Tradicional
 - 1.1. Conhecimento do Modelo de Negócio e de seus Modelos Contábeis
 - 1.2. Limitações dos Modelos Contábeis
 - 1.3. Vertical e Horizontal; Números Índices; Análise Referencial
 - 1.4. Liquidez, Solvência e Estrutura Patrimonial
 - 1.5. Rentabilidade, Margem e Giro; o Modelo DuPont e suas Derivações
 - 1.6. Atividade e Prazos Médios; (In)Validade dos Prazos Médios
 - 1.7. Análise para Crédito de Curto e Longo Prazos, Investimentos e Transações de Empresas
 - 1.8. Análise Crítica dos Índices
2. Análise Detalhada da Liquidez e do Capital de Giro
 - 2.1. Liquidez, Caixa, Lucro e Falácias
 - 2.2. Análise da Demonstração dos Fluxos de Caixa
 - 2.3. EBIT, EBITDA; Fluxo de Caixa Operacional; Fluxos de Caixa Livres
 - 2.4. Fluxo de Caixa por Competência
 - 2.5. Necessidade de Capital de Giro
3. Estrutura e Custo de Capital; Alavancagem Financeira
 - 3.1. Análise da Taxa de Retorno e seus Desdobramentos
 - 3.2. A Alavancagem; Grau de Alavancagem Financeira (GAF)
4. Valuation
 - 4.1. Métodos Simplificados de Avaliação
 - 4.2. Fluxo de Caixa Descontado

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MARTINS, Eliseu, DINIZ, Josedilton Alves e MIRANDA, Gilberto José, **Análise Avançada das Demonstrações Contábeis: Uma Abordagem Crítica**, Ed. Atlas, 2018
- DELFIM Netto, A., IBGE ? **Aumento da Qualidade, Valor Econômico**, 5/04/05, p. A2
- DELFIM Netto, A., **Progresso no Combate à Inflação**, Folha de S. Paulo, 6/04/05, p. A2
- FERNADEZ, Pablo, **Company Valuation Methods** (October 11, 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=274973> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.274973>
- FLEURIET, Michel, KEHDY, Ricardo e BLANC, Georges, **O Modelo Fleuriet ? A dinâmica financeira das empresas brasileiras**, Ed. Campus, 2003

GIBSON, Charles H., **Financial Statement Analysis-Using Financial Accounting Information**, South-Western College Publishing (Thomson) Journal of Financial Statements Analysis ? Inúmeros

MARTINS, E, **Contabilidade versus Fluxo de Caixa**, Caderno de Estudos EAC/FIPECAFI, v.11, n. 20, janeiro/abril-1999; e IOB-Caderno de Temática Contábil, n. 20, 3a. semana maio-2000

MARTINS, E., MARTINS, V.A. **Contabilidade e Finanças: A Temerária Utilização do WACC**. Revista Universo Contábil, FURB, Blumenau, v. 11, n. 1, 2015

RAPPAPORT, Alfred, **Gerando Valor Para o Acionista**, Ed. Atlas REVISTA FIPECAFI, Dos Velhos para a Nova Geração: A Inflação é Inimiga Mortal da Contabilidade, Fipecafi, no. 1/2014

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

MARTINS, E, **Análise da Correção Monetária das Demonstrações Financeiras**, Ed. Atlas, 1980

MARTINS, E., SANTOS, A. dos, **O Goodwill gerado pelo Passivo**, Repec Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, Brasília, v. 11, ed. Especial, 2017EPeC, Brasília, v. 11, Edição Especial, art. 1, p. 8-20, 2017

MOODY'S Investors Service, **Putting Ebitda in Perspective**, web, June 2000 PENMAN, S. Financial Statement Analysis and Security Valuation. Ed. McGraw Hill

SOUZA, J. A., **Para Entender os Índices de Preços ? Uma Visão Moderna**, Revista de Economia Mackenzie, ano 2, no. 2, 2004

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Finanças corporativas	20	II

EMENTA

Conceito de finanças, objetivos e funções da administração financeira; valor do dinheiro no tempo e fluxo de caixa e planejamento financeiro; decisões financeiras de investimento e financiamento em longo prazo; análise das demonstrações financeiras; avaliação de alternativas de investimento (VPL, TIR e Payback); estrutura financeira e de capital e alavancagem financeira; fundamento e avaliação de risco e retorno; administração de crédito e contas a receber; administração de crédito e contas a receber; indicadores financeiros.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

- Compreender os conceitos financeiros, sua importância nas empresas, seus impactos na sustentabilidade financeira;
- Aplicar os mecanismos do processo de elaboração do fluxo de recursos financeiros;
- Desenvolver habilidades para a estruturação do controle orçamentário de uma empresa;
- Aplicar as técnicas de avaliação de projetos de investimentos de capital;
- Realizar projeção das demonstrações contábeis a fim de tomada de decisão;
- Desenvolver a capacidade de raciocínio e espírito crítico;
- Estimular o discente a desenvolver análise crítica sobre os temas relacionados a finanças empresariais.

METODOLOGIA

A gestão da disciplina será conduzida por meio de aulas teóricas expositivas, seguidas de exercícios com conteúdos de aprendizagem prática, estudos dirigidos em forma de pesquisas, além de utilização de recursos de exposições dialogadas, grupos de discussão, seminários, debates, apresentação e discussão de filmes e casos práticos, onde os conteúdos podem ser trabalhados mais dinamicamente, estimulando o senso crítico e científico dos alunos.

As aulas expositivas serão precedidas de leituras prévias dos discentes. Serão contemplados no plano de aula, estudos de casos práticos demonstrações práticas realizadas pelo professor e problematizadas por todos.

AVALIAÇÃO

Pode consistir em multiplicidade de estratégias, desde aplicação de prova escrita, apresentação de seminários, trabalhos individuais ou em grupo, estudos dirigidos, resenhas críticas, resumo de artigos, etc.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Introdução a administração financeira

Aplicações de índices financeiros: liquidez, endividamento, etc..

Planejamento de caixa e orçamento de caixa

Fundamentos de capital de giro

Demonstrações financeiras e sua análise

Administração de crédito e contas a receber

Risco e retorno de ativos individuais

Custo de capital e plano de financiamento

Precificação de ativos financeiros (CAPM)

Alavancagem e graus de alavancagem

Planejamento financeiro e fluxo de caixa

Decisão de investimento de longo prazo: orçamento de capital

Técnicas de orçamento de capital Valor do dinheiro no tempo.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASSAF NETTO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. Tradução de Allan Vidigal Hastings,; revisão técnica Jean Jacques Salim. 12ª ed. São Paulo: Pearson Printice Hall, 2010.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Claudio M.; CHEROBIM, Ana. Paula. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ASSAF NETTO, Alexandre e LIMA, Fabiano Guasti. **Curso de Administração**

Financeira - 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

FORTUNA, E. **Mercado financeiro – produtos e serviços**. 20ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2015.

MATIAS, Alberto Borges. **Finanças corporativas de curto prazo: A gestão do valor de capital de giro**. 2ª ed. São Paulo, Atlas, 2014.

NIKBAKHT, Ehsan; GROPELLI, A. A.; RIDOLFO, Arthur. **Administração financeira**. Tradução de Célia Knipel MOREIRA. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W. e JAFFE, J. F. **Administração financeira: corporate finance**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Códi go	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Tópicos especiais em gestão de negócios	20	II

EMENTA

Atualização temática das práticas de gestão. Abordagem de temas emergentes e contemporâneos em Administração.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

Capacidade de atualização sobre transformações vinculadas ao ambiente interno (processos, cultura, práticas sociais) e às demandas e exigências do ambiente externo (stakeholders, mercado consumidor, forças do ambiente externo).

METODOLOGIA

Palestras, debates, seminários e projetos.

AVALIAÇÃO

Participação nas atividades propostas.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Apresentação dos conteúdos atuais sobre práticas e pensamentos da gestão.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KOTLER, P., KARTAJA, H. & SETIAWAN, I. **Marketing 5.0: Tecnologia para a Humanidade**. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

SILVA, Eduardo Damião da. **Os 5 Ps da estratégia: uma nova abordagem** [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaberes, 2019.

GIGLIO, Zula Garcia; WECHSLER, Solange Múglia; BRAGOTTO, Denise (orgs). **Da criatividade à inovação**. Campinas, SP: Papirus, 2016.

LENCIONI, Patrick. **As 3 virtudes essenciais para trabalhar em equipe**: Uma história sobre colaboração. 1 ed. São Paulo: Sextante, 2022.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

OLIVEIRA, Bruno. **Crie seu mercado no mundo digital**. Ed. Gente. Ano 2018.

MARTINELLI, Dante P.; ALMEIDA, Ana Paula de.; BANDOS, Melissa. **Negociação e solução de conflitos**: do impasse ao ganha-ganha com o melhor estilo. São Paulo: Atlas, 2020.

BIZZO, David. **Manual de Liderança e Gestão de Pessoas e Equipes - 2ª edição**: Alcançando o sucesso em equipes: um guia prático para liderança e gestão de pessoas eficaz (Grãos de Liderança). 2 ed. São Paulo: Clube de Autores, 2023.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. BERNARDA, Greg e SMITH, Alan. Value Proposition Design. Alta Book, 2019.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

CURSO	EIXO TECNOLÓGICO/ÁREA
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL	GESTÃO E NEGÓCIOS
PÓS-GRADUAÇÃO	ANO DE IMPLANTAÇÃO – 2025.1

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Prática Profissional
<input type="checkbox"/> TCC	<input type="checkbox"/> Estágio

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	C. H. TOTAL (H/R)	MÓDULO
	Empreendedorismo Inovador e o universo das startups	20	II

EMENTA

Empreendedorismo: o que é, sua história e transformação ao longo dos anos, principais escolas, perfis empreendedores, leis e editais de apoio. Inovação: definição, suas fontes, formas de gestão e aplicação. Startups: o que são, Marco Legal das Startups, unicórnios, investidores anjos, incubadoras, aceleradoras, editais de fomento e como criar uma Startup.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

- Aprender a empreender e fortalecer o empreendimento;
- Conhecer o universo das startups;
- Saber inovar;
- Fazer bom uso do empreendedorismo e da inovação para resolver problemas e alavancar os negócios e a carreira.

METODOLOGIA

Aulas expositivas dialogadas, estudos de casos, apresentação de vídeos, apresentação de seminários, estudo de editais, simulação de elaboração de proposta para algum edital.

AValiação

O processo avaliativo acontece ao longo das aulas e a nota é formada pelo somatório das atividades desenvolvidas ao longo da disciplina.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Empreendedorismo

- O que é, sua história e transformação ao longo dos anos;
- Perfis empreendedores,
- Cenários do empreendedorismo no Brasil e no Mundo (Relatório GEM)
- Empreendedorismo Digital
- Desafio Empreendedor/maratona de startups

Inovação

- Aspectos Relevantes sobre Inovação;
- Criatividade x Inovação
- Gestão da inovação

- O Contrato Público de Solução Inovadora: Previsões Normativas e Etapas da Contratação;
- Boas Práticas nas Contratações de Inovação.

Startups

- Marco Legal das Startups (Lei Complementar nº 182/21)
- Comunidade de Startups em Recife e no mundo (Comunidade Manguezal, estudo de casos, unicórnios)
- Investidores anjos,
- Incubadoras e aceleradoras,
- Editais de fomento e fontes de financiamentos,
- Como criar e gerir uma Startup (uma base, pois esse tema será aprofundado na disciplina de Business Modeling);

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DORNELAS; José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 9ªed. Atlas/Empreende, 2024.

BLANK, Steve e DORF, Bob. **Startup: manual do empreendedor o guia passo a passo para construir uma grande empresa**. Rio de Janeiro, RJ. Alta Books, 2014.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo, SP. Cengage Learning, 2011.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ESCOLA VIRTUAL.GOV. **Marco Legal das Startups** - Contratando Inovação no Setor Público. Disponível em: <<https://www.escolavirtual.gov.br/curso/951>> Acesso em: 03.09.2024.

GALVÃO FILHO, Ivam. **Criatividade e inovação: entre na era das startups**. São Paulo, SP: Casa do Código, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 03 set. 2024.

ORTIZ, Felipe Chibás. **Criatividade, inovação e empreendedorismo: startups e empresas digitais na economia criativa**. 1. ed. São Paulo - SP: Phorte, 2021. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 03 set. 2024.

SANTOS, Isabel Cristina dos. **Gestão da inovação e do conhecimento: uma perspectiva conceitual dos caminhos para o progresso**. 1. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2023. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 03 set. 2024.
Site: www.sebrae.com.br

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

**ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO ASSINATURA DO
COORDENADOR DO CURSO**

ANEXO



Ministério da Educação
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco
Campus Paulista/Gabinete da Direção-Geral

PORTARIA CPLT/IFPE Nº 411, DE 13 DE SETEMBRO DE 2024

Reconduz e altera composição de Comissão.

O DIRETOR-GERAL DO CAMPUS PAULISTA DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO, nomeado pela Portaria REI/IFPE nº 523, de 03/05/2024, publicada no DOU de 06/05/2024, seção 2, página 18, no uso de suas atribuições conferidas pela Portaria nº 224/2016-GR, de 29/02/2016, e considerando:

I. Processo SEI nº 23737.021425/2024-18, com despachos exarados,

RESOLVE:

Art. 1º Reconduzir, por mais 06 (seis) meses, a Comissão para Elaboração de Estudos de Viabilidade e PPCs, instituída através da Portaria IFPE/Campus Paulista nº 145/2020, de 30/11/2020, passando a mesma a adotar a seguinte constituição:

NOME	IAPE	SETOR	FUNÇÃO NA COMISSÃO
Saulo Emmanuel Rocha de Medeiros	1674977	DEN	Presidente
Alba de Oliveira Barbosa Lopes	1437396	DEN	Membro
Alexandre Hochmann Behar	1161059	DEN	Membro
Marcelino José Caetano	2415581	DEN	Membro
Paava de Barros de Alencar Carvalho Figueira	2200369	DEN	Membro
Roseleide Ramos Ferreira	2997372	DEN	Membro
Luiz Guimarães Ribeiro Neto	1960845	DEN	Membro
Luciano Fernandes Acioli Cabral e Silva	1686795	DEN	Membro
Patrícia de Souza Maciel	1983006	DEN	Membro
João Bosco de Souza	2248814	DEN	Membro
Carlos Gustavo Paiva Rodrigues	3085550	DEN	Membro
Joannes Emmanuel Dantas e Rodrigues de Lima	1293794	DEN	Membro

Ricardo Russell Brandão Cavalcanti	1647830	DEN	Membro
Viviane Alves de Lima	1854748	DEN	Coordenadora Pedagógica

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

(assinado eletronicamente)
GEORGE ALBERTO GAUDÊNCIO DE MELO
Diretor-Geral
IFPE Campus Paulista



Documento assinado eletronicamente por **George Alberto Gaudencio de Melo, Diretor(a)-Geral**, em 13/09/2024, às 10:24, conforme art. 6º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site:
https://sei.ifpe.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **1396261** e o código CRC **E749ADB1**.