

**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

Curso de **MBA em *Engineering Management*****Estrutura Curricular – componente curricular/carga horária.**

<b>Módulo 1</b>	
Estratégia Empresarial	32 h
Finanças Corporativas	32 h
Desenvolvimento do Capital Humano	32 h
Gestão de Marketing: estratégias e práticas	32 h
<b>Carga horária total (horas aula)</b>	<b>128 h</b>
<b>Módulo 2</b>	
Direito Aplicado à Gestão de Negócios	32 h
Gestão Ágil e Projetos	32 h
Inovação, Empreendedorismo e Novos Negócios	32 h
Tecnologias Transformadoras de Negócios	32 h
<b>Carga horária total (horas aula)</b>	<b>128 h</b>
<b>Módulo 3</b>	
Economia de Empresas	32 h
Negociação em Ambientes Competitivos	32 h
Lean Services & Lean Office	32 h
Gestão do Desenvolvimento de Soft Skills	32 h
<b>Carga horária total (horas aula)</b>	<b>128 h</b>
<b>Módulo online: Aplicação do Conhecimento</b>	<b>48 h</b>
<b>Total da carga horária do curso</b>	<b>432 horas-aula</b>



## IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (1)

1. **Nome do Componente Curricular:** Estratégia Empresarial
2. **Carga Horária:** 32h/aula
3. **Ementa:** Estudo de estratégias competitivas empresariais por meio da análise do ambiente de negócios e aplicação de ferramentas estratégicas que auxiliem o gestor no processo do pensamento estratégico, gestão, planejamento, tomada de decisões e ações estratégicas.
4. **Objetivo:** Capacitar o aluno a desenvolver visão estratégica para atuar em um mercado competitivo, aplicando ferramentas para análise de cenários, perspectivas, formulação e implementação de estratégias empresariais.
5. **Conteúdo Programático:**
  - I. **INTRODUÇÃO**
    - Conceitos iniciais em estratégia empresarial;
    - Mercado e cenário competitivo atual;
    - O gestor estratégico;
    - Tendências estratégicas para o futuro dos negócios.
  - II. **ESTRATÉGIA & COMPETITIVIDADE**
    - Vantagem competitiva, valor, desempenho;
    - Dinâmica competitiva e comportamento competitivo;
    - Estratégias competitivas genéricas;
    - 5Ps da estratégia (Mintzberg).
  - III. **AValiação Estratégica**
    - Análise do ambiente externo;
    - Análise do ambiente interno;
    - Ferramentas: SWOT, VRIO, 5 forças de Porter.
  - IV. **ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO & INOVAÇÃO**
    - Matriz de mercado x produto (Ansoff);
    - Estratégias de coopetição;
    - Fusões e aquisições, alianças estratégicas, internacionalização;
    - Inovação como estratégia de crescimento.



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

### **6. Bibliografia:**

#### ▪ **Básica:**

- BARNEY, J. B.; HESTERLY, W.S. *Administração estratégica e vantagem competitiva*. 5ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.
- HITT, M. A; IRELAND, R.D; HOSKISSON, R.E. *Administração estratégica: competitividade e globalização: conceitos*. 4ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2019.
- MINTZBERG, H. et al. *O processo da estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

#### ▪ **Complementar:**

- BESANKO, D. et al. *A economia da estratégia*. 5ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2018.
- JOHNSON, G.; SCHOLLES, K.; WHITTINGTON, R. *Fundamentos de estratégia*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- LACERDA, D.P. et al. *Estratégia baseada em recursos: 15 artigos clássicos para sustentar vantagens competitivas*. Bookman Editora, 2014.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. *Safari da estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- PROENÇA, A. et al. *Gestão da inovação e competitividade no Brasil: da teoria para a prática*. Porto Alegre: Bookman Editora, 2015.

#### ▪ **Bases de Dados:**

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>



## IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (2)

1. **Nome do Componente Curricular:** Finanças Corporativas
2. **Carga Horária:** 32h/aula
3. **Ementa:** Apresentação dos fundamentos e conceitos teóricos de finanças corporativas e respectivas correlações à aplicação prática no ambiente corporativo, dos principais modelos, ferramentas e técnicas de estudos financeiros utilizados nos processos de análise e tomada de decisões relacionadas a captação e aplicação de recursos, visando a maximização da criação de valor da empresa e a gestão dos riscos financeiros existentes.
4. **Objetivo:** Capacitar o aluno participante a interpretar as questões atuais em finanças corporativas e seu relacionamento com as demais atividades da empresa, no sentido de gerar valor para o negócio e perpetuidade para organizações em diversos estágios de evolução; desde *startups*, pequenas e médias empresas, até empresas de grande porte.
5. **Conteúdo Programático:**
  - O valor do dinheiro no tempo e os princípios matemáticos e estatísticos aplicados às finanças corporativas;
  - Fundamentos de finanças corporativas (princípios do investimento, do financiamento e dos dividendos);
  - Interpretação e análise das demonstrações financeiras e contábeis e a estrutura de capital das empresas;
  - Avaliação de ativos de renda fixa (títulos de dívida) e renda variável (ações);
  - Decisões sobre investimento, financiamento (estrutura de capital, alternativas e mix de financiamentos) e política de dividendos;
  - Análise de investimento: *payback*, *payback* descontando, valor presente líquido e taxa interna de retorno.
6. **Bibliografia:**
  - **Básica:**
    - ASSAF NETO, Alexandre. Finanças Corporativas e Valor. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
    - DAMODARAN, Aswath. Finanças corporativas: teoria e prática. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 796 p. ISBN 8536304022.



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

- ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFRE, Jeffrey F. Administração Financeira: Corporate Finance. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- **Complementar:**
  - BREALEY, Richard. Princípios de finanças corporativas. 12. Porto Alegre AMGH 2018 1 recurso online ISBN 9788580556117.
  - BRIGHAM, Eugene F. e WESTON, FRED J. Fundamentos da Moderna Administração Financeira. Makron Books, 2000.
  - GAPENSKI, Louis C. e BRIGHAM, Eugene F. Administração Financeira – Teoria e Prática. Editora Atlas, 2001.
  - GITMAN, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. Harbra, 2002.
- **Bases de Dados:**
  - <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
  - <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>



## IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (3)

1. **Nome do Componente Curricular:** Desenvolvimento do Capital Humano
2. **Carga Horária:** 32h/aula
3. **Ementa:** Conhecimento das competências organizacionais e individuais fundamentais ao exercício da liderança, bem como ferramentas para o desenvolvimento de *Soft Skills* com foco na gestão e desenvolvimento do capital humano nas empresas. Aplicação dos conceitos de gestão humanizada visando à elaboração de um programa para a identificação e desenvolvimento da liderança e de equipes de alta performance, mantendo a competitividade organizacional dentro do atual contexto corporativo mundial, através da discussão de novas formas de pensar e atuar na gestão empresarial, com a integração de trabalho colaborativo e integrador entre gerações distintas. Analisar e discutir os processos sucessórios, o desenvolvimento da gestão interdisciplinar e da gestão virtual.
4. **Objetivo:** Capacitar o participante a analisar e desenvolver modelos de gestão estratégica de pessoas integrados ao negócio, identificando e desenvolvendo competências fundamentais ao exercício da liderança e desenvolvimento do capital humano, além de examinar e atuar atentamente sobre situações voltadas ao comportamento humano e social nas organizações, objetivando a excelência de gestão.
5. **Conteúdo Programático:**
  - I. **Estrutura da área de Gestão de Pessoas, Gestão por competências.**
    - Características do mundo contemporâneo, a ambiência competitiva e o fator humano nas organizações;
    - Competências organizacionais e individuais
    - Os processos de gestão de pessoas;
    - A construção e a manutenção da gestão do fator humano.
  - II. **Modelos de liderança e Autoconhecimento**
    - Técnicas de *coaching* e *mentoring* para liderança e desenvolvimento de pessoas
  - III. **Motivação e Engajamento**
    - Motivação intrínseca e extrínseca
    - Os fatores humano, social e cognitivo no engajamento de equipes.
  - IV. **Times de alta performance**



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

### **V. Gestão interdisciplinar, Gestão Virtual, Sucessão e Carreira.**

### **VI. Desenvolvimento de Soft Skills**

- Delegação, Feedback, Resiliência, Comunicação, Empatia, Inteligência Emocional e Tomada de decisão

## **6. Bibliografia:**

### **▪ Básica:**

- ARAÚJO, Luis César Gonçalves de. Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional, edição compacta. 2. São Paulo: Atlas, 2014.
- DUTRA, Joel Souza. Competências: conceitos, instrumentos e experiências. 2º ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.
- FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Qualidade de vida no trabalho - QVT: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- MASCARENHAS, André Ofenhejm. Gestão estratégica de pessoas: evolução, teoria e crítica. São Paulo: Cengage Learning, 2013.
- ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A. Fundamentos do comportamento organizacional. 12º ed. São Paulo: Pearson, 2014.

### **▪ Complementar:**

- ARELANO, E.B.; CESAR, A.M.R.V.C. (Orgs.). Gestão de Pessoas nas empresas brasileiras contemporâneas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.
- BARBOSA, L. (Coord.). Cultura e diferença nas organizações: reflexões sobre o nós e os outros. São Paulo: Atlas, 2009.
- BECKER, Brian E., HUSELID, Mark A., ULRICH, Dave. Gestão estratégica de pessoas com “scorecard”: interligando pessoas, estratégias e performance. (The HR Scorecard). 15ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- CORAL Eliza; OGLIARI André; ABREU F. A. Gestão Integrada da Inovação: estratégia, organização e desenvolvimento de produtos. São Paulo: Atlas, 2009.
- DAVEL, E.; VERGARA, S.C. Gestão com pessoas e subjetividade. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- DUTRA, Joel Souza. Gestão de pessoas. Rio de Janeiro: Atlas, 2017.



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

- FERREIRA, P.I. Gestão de pessoas: gestão por competências. Rio de Janeiro: LTC, 2015.
  - FLEURY, Maria Tereza Leme (Coordenadora). As pessoas na organização. São Paulo Editora Gente, 2002.
  - GIL, Antonio Carlos. Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2012.
  - GINANTE, A. Gestão de pessoas como vantagem competitiva. GV-Executivo, v. 17, n. 4, p. 25-28, Jul./Ago. 2018.
  - HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; TEIXEIRA, Maria Luisa Mendes; ZACCARELLI, Laura Menegon; GODOY, Arilda Schmidt (Orgs). Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders. 2ª ed., rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2012.
  - MARRAS, Jean Pierre. Gestão estratégica de pessoas: conceitos e tendências. São Paulo: Saraiva, 2009.
  - OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Coaching, mentoring e counseling. 3ª ed.. Rio de Janeiro: Atlas, 2018.
  - VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de pessoas. 15ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- 
- **Bases de Dados:**
    - <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
    - <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>





**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
Coordenadoria de Educação Continuada

---

**IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (4)**

- 1. Nome do Componente Curricular:** Gestão de Marketing: Estratégias e Práticas
- 2. Carga Horária:** 32h/aula
- 3. Ementa:** Análise mercadológica, introdução e consolidação dos conceitos do composto de marketing, bem como sua importância, papel estratégico e aplicação
- 4. Objetivo:** Abordando os elementos estratégicos e táticos centrais que cercam o ambiente de negócios contemporâneo, a disciplina de Gestão de Marketing: Estratégias e Práticas tem como objetivo principal fornecer uma visão sistêmica sobre como analisar o posicionamento mercadológico empresarial e as principais estratégias do composto mercadológico (os seis P s): gestão de produtos e serviços, clientes, comunicação, preço, distribuição e processos.”
- 5. Conteúdo Programático:**

**I – Introdução e análise do contexto estratégico**

- Introdução ao composto marketing (Os 6 P s);
- O papel e aplicação do composto de marketing na estratégia central da empresa: valor, posicionamento e análise mercadológica, segmentação e pesquisa de mercado, *branding*;

**II - Organização voltada ao cliente (*Customer Centricity*)**

- Fundamentos do comportamento do consumidor
- O comprador organizacional

**III – Estratégias de marketing na prática**

- Gestão de produtos e serviços, inovação e ciclo de vida de produtos;
- Ferramentas de comunicação integrada de marketing (CIM) tradicionais, marketing de conteúdo e mídias digitais;
- Estratégias de precificação;
- Estratégias de distribuição: canais de vendas físicos e digitais;
- Sistemas de gestão de marketing: modelos, estruturas e o marketing 4.0 .

**6. Bibliografia:**

▪ **Básica:**

- HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel F. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

- KOTLER, Philip, KELLER, Kevin, L. Administração de Marketing. 14ª ed. – São Paulo: Person Education do Brasil, 2012.
  - KOTLER, P; KELLER, K. Marketing Essencial, 15ed. Ed Pearson. 2019.
  - MAGALHÃES, Marcos Felipe; SAMPAIO, Rafael. Planejamento de marketing: conhecer, decidir e agir. Pearson Prentice Hall, 2008.
- **Complementar:**
- CHURCHILL JUNIOR, Gilbert A.; PETER, J. Paul. Marketing: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
  - COUGHLAN et al. Canais de marketing. Tradução Sonia Midori Yamamoto, Jorge Rittere. Editora Pearson Education do Brasil, 2012.
  - ELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Person prentice hall, 2007.
  - HOFFMAN, K. Douglas. Princípios de marketing de serviços. 3a ed. Brasil: Cengage Learning, 2010
  - KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos. Gestão estratégica de marcas. São Paulo: Person prentice hall, 2007.
  - KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Sextante, 2017.
  - MALHOTRA, Naresh K. Introdução à Pesquisa de Marketing: Foco na decisão. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
  - NAGLE, Thomas. T; HOLDEN, Reed. K. Estratégia e tática de preços. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
  - RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: a batalha pela sua mente. São Paulo: M. Books, 2009.
  - SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 11. Porto Alegre Bookman 2016.
- **Bases de Dados:**
- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
  - <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>



**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
Coordenadoria de Educação Continuada

---

**IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (5)**

- 1. Nome do Componente Curricular:** Direito Aplicado à Gestão de Negócios
- 2. Carga Horária:** 32h/a
- 3. Ementa:** Tópicos aplicados à Gestão de Negócios envolvendo as temáticas de Direito Civil, Direito Empresarial, Direito do Consumidor, Direito Digital, Direito do Trabalho, Direito Tributário e Direito Ambiental.
- 4. Objetivo:** Capacitar gestores e empreendedores para a utilização do direito como instrumento que aperfeiçoe o processo decisório gerencial, dando-lhes noções práticas e aplicadas sobre tópicos de direito civil, empresarial, do consumidor, digital, do trabalho, tributário e ambiental que afetam a dinâmica organizacional.
- 5. Conteúdo Programático:**
  - I. INTRODUÇÃO.**
    - Categorias essenciais ao direito (pessoas, bens e fatos);
    - Uma visão panorâmica entre direito público e privado;
    - Conceito de obrigações e suas fontes;
    - Noções gerais do direito contratual e da responsabilidade civil.
  - II. DIREITO CIVIL E EMPRESARIAL**
    - O conceito de empresa, empresário, sociedade e estabelecimento.
    - O gerenciamento do risco por meio da personificação jurídica.
    - Tipos societários.
  - III. DIREITO CIVIL E EMPRESARIAL**
    - A desconsideração da personalidade jurídica e a responsabilidade civil de sócios e administradores
  - IV. DIREITO DO CONSUMIDOR E DIGITAL**
    - Noções sobre relações de consumo, responsabilidades no direito do consumidor, práticas comerciais e proteção contratual.
    - Noções gerais sobre a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018).
  - V. DIREITO DO TRABALHO**
    - Relações individuais e coletivas de trabalho.
    - Relações de trabalho e de relações de emprego. Pejotização trabalhista.
    - Contratos intermitentes.
    - Conceito de empregador, grupo econômico e sucessão trabalhista.
    - Terceirização trabalhista.



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

### **VI. DIREITO TRIBUTÁRIO**

- Noções básicas sobre tributos e obrigações tributárias.
- Regimes de tributação aplicados aos negócios.
- Tecnologia aplicada ao cumprimento das obrigações tributárias - sped e sistemas do governo para registro de operações.

### **VII. DIREITO AMBIENTAL**

- Fundamentos, princípios e a integração do direito ambiental com a atividade econômica, verificando suas aplicabilidades.

## **6. Bibliografia:**

### ▪ **Básica**

- CAVALIERI FILHO, S. *Programa de Responsabilidade Civil, 13ª edição*. Grupo GEN, 2018.
- DOWER, N.G. B. et al. *Instituições de Direito Público e Privado*. São Paulo: Saraiva, 2017.
- TARTUCE, Flávio. *Manual de Direito Civil - Volume Único, 10ª edição*. São Paulo: Método, 2019.

### ▪ **Complementar:**

- ANTUNES, Paulo de Bessa. *Direito Ambiental*. Grupo GEN, 2020.
- BEZERRA LEITE, Carlos H. *Curso de direito do trabalho*. Editora Saraiva, 2020.
- FILOMENO, José Geraldo Brito. *Curso Fundamental de Direito do Consumidor, 3ª edição*. Grupo GEN, 2014.
- MAMEDE, G. *Manual de Direito Empresarial*. São Paulo: Grupo GEN, 2020.
- SABBAG, Eduardo. *Direito Tributário Essencial, 6ª edição*. Grupo GEN, 2018.

### ▪ **Bases de Dados:**

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>



## IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (6)

- 1. Nome do Componente Curricular:** Gestão Ágil e Projetos
- 2. Carga Horária:** 32 h/a
- 3. Ementa:** Apresentar as práticas emergentes de gerenciamento de projetos diante do planejamento, execução e controle, sobre as perspectivas ágil e preditiva, abrangendo os âmbitos, organizacional, interpessoal e de desempenho operacional. Compreender os conceitos relacionados à avaliação econômico-financeira de projetos, gerenciamento de produtos e processo de tomada de decisão.
- 4. Objetivo:** Capacitar o participante por meio de metodologias ágeis e melhores práticas do gerenciamento de projetos, tendo foco no planejamento, atendimento das necessidades organizacionais e entregas de produtos, serviços e resultados.
- 5. Conteúdo Programático:**

### **GESTÃO PREDITIVA DE PROJETOS**

- Conceitos – projetos, programas, portfólio;
- Estruturas organizacionais e Papeis em Gerenciamento de Projetos;
- Ciclos de Vida de Projeto e Tipos de Ciclo de Vida;
- Gestão Tradicional/Preditiva de Projetos - Grupo de Processos e Áreas de Conhecimento (tripla restrição);
- Gestão de incertezas do projeto;
- Lições aprendidas adquiridas no projeto;
- Ferramentas para gestão de projetos.

### **GESTÃO ÁGIL DE PROJETOS**

- Manifesto Ágil;
- Metodologias Ágeis: Scrum e Kanban;
- Cerimônias e eventos ágeis;
- Gestão do produto: Product Backlog, design sprint e Minimum Viable Product (MVP);
- Estimativas de dimensionamento do trabalho;
- Métricas de acompanhamento;
- Ferramentas para gestão ágil.



## 6. Bibliografia:

### ▪ Básica

- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Guia ágil**. Newton Square: Project Management Institute, c2017. vii, 167 p. ISBN 9781628254150.
- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos: guia PMBOK**. 6. ed. Newton Square: Project Management Institute, c2017. xxix, 755 p. ISBN 9781628251920.
- SCHWABER, K; SUTHERLAND, J. **The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game**. The Scrum Guide, 2017.

### ▪ Complementar:

- KERZNER, Harold. **Gestão de projetos: as melhores práticas**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. viii, 821 p. ISBN 9788536306186
- MASSARI, V. **Gerenciamento ágil de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2014
- SUTHERLAND, Jeffrey Victor; SUTHERLAND, J. J. **Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019. 256 p. ISBN 9788543107165 (Broch.).
- VARGAS, R. **Gerenciamento de projetos**, 9º ed. São Paulo: Brasport, 2018

### ▪ Bases de Dados:

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>



## IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (7)

1. **Nome do Componente Curricular:** Inovação, Empreendedorismo e Novos Negócios
2. **Carga Horária:** 32 horas
3. **Ementa:** Introdução e consolidação dos principais elementos do empreendedorismo como ciência e o papel da inovação como peça chave para criação de valor. Apresentação da figura do empreendedor, do intraempreendedor e da criatividade no desenvolvimento e aplicação de ações inovativas, bem como os aspectos do empreendedorismo social. Análise de oportunidades de geração de valor e aplicação prática de modelos usados na criação de novos projetos ou novos negócios.
4. **Objetivo:** Abordagem de elementos estratégicos e táticos, a disciplina de Inovação, Empreendedorismo e Novos Negócios tem como objetivos centrais apresentar o papel e a importância do empreendedorismo no ambiente de negócios contemporâneo bem como os principais elementos e habilidades profissionais necessários para a identificação de oportunidades de criação de valor com base na inovação, seja na empresa em que trabalha ou pela abertura de novos negócios. Para tanto, serão abordados temas referentes a geração e aplicação de novas ideias, características e comportamentos do empreendedor e do intraempreendedor, empreendedorismo social e o uso prático de modelos de desenvolvimento de novos projetos ou negócios.”
5. **Conteúdo Programático:**
  - I – **Inovação e Empreendedorismo**
    - Fundamentos do empreendedorismo;
    - A inovação e seu papel na geração de valor;
  - II – **O empreendedor e o Intraempreendedor**
    - A figura do empreendedor;
    - As 10 características e comportamentos empreendedores (CCEs);
    - Fundamentos do Empreendedorismo Corporativo (Intraempreendedorismo): como empreender na empresa em que trabalha;
  - III – **Empreendedorismo Social**
    - Sustentabilidade empresarial;
    - Modelos de negócios sustentáveis;
  - IV – **Empreendedorismo na Prática**
    - Investidor anjo, venture capital, crowdfunding, pitch de negócios;
    - Principais modelos utilizados no desenvolvimento de novos negócios: Lean Startup, Business Model Generation e o uso do Modelo Canvas;



## PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Coordenadoria de Educação Continuada

---

- Proposta de valor: Design Thinking, mapa de empatia, criação de persona e o storytelling;
- Aplicação prática do Business Model Generation para o desenvolvimento de novos projetos ou abertura de negócios: análise e segmentação de mercado, ROI, portfólio de produtos/serviços e geração de receitas, canais de marketing.

### 6. Bibliografia:

#### ▪ Básica:

- BESSANT, John et al. Inovação e Empreendedorismo. São Paulo, Bookman, 2009.
- BARON, Robert; SHANE Scott.A. Empreendedorismo: uma Visão de Processo. São Paulo: Thomson Learning, 2014.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business model generation: inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo – Transformando Ideias em Negócios. Rio de Janeiro Campus, 2014.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo Cooperativo. 3ed. LTC
- SILVA, R. S et al. Empreendedorismo social. São Paulo: Grupo A, 2019. 9788533500204.

#### ▪ Complementar:

- BIAGIO, Luiz Arnaldo. Plano de Negócios. São Paulo, Manole, 2005.
- DEGEN, Ronald J. O Empreendedor – Empreender como opção de carreira. São Paulo, Prentice Hall, 2009.
- MARTINS, Leandro G. Monte seu próprio negócio. São Paulo, Digerati Books, 2007.
- REIS, Erik. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel, 2012. Acesso: • <http://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxutaeric-ries-livro-completo.pdf>

#### ▪ Bases de Dados:

- <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
- <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>





## IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (8)

1. **Nome do Componente Curricular:** Tecnologias Transformadoras de Negócios
2. **Carga Horária:** 32h/aula
3. **Ementa:** Conhecimento das tecnologias alinhando sua aplicação com a estratégia das organizações para gerenciamento da informação, gestão do conhecimento possibilitando analisar processos internos e externos das empresas. Abordagem estratégica da gestão de mudanças de modelos de negócios por meio de um processo de inovação e da implementação de tecnologias digitais.
4. **Objetivo:** Habilitar o aluno a compreender e desenhar um plano de gestão das tecnologias e acompanhar sua implementação e operação alinhada com as definições do planejamento estratégico da organização.
5. **Conteúdo Programático:**
  - I. **Gestão estratégica da tecnologia da informação**
    - Gestão e Tecnologia da Informação na administração;
    - Gestão Estratégica da Informação com análise de riscos;
    - Gestão do Conhecimento;
    - Visão do Conceito ITIL – Gestão de Mudanças
    - A Gestão da Informação como instrumento para entender o cliente, o mercado, a empresa e as pessoas;
    - Os processos informacionais, política da informação, projetos (abordagem dos métodos ágeis)
    - Segurança da Informação e Políticas de Acesso e Segurança
    - Conhecimento das Leis de Segurança e Política de Privacidade de Dados (LGPD)
  - II. **Sistemas, softwares e aplicativos de apoio à gestão**
    - Enterprise Resource Planning (ERP);
    - Customer Relationship Management (CRM);
    - Inteligência de Negócios - Business Intelligence (BI)
    - eCommerce, eBanking, eBusiness, eLearning;
    - Sistemas de apoio (Logística, Marketing, etc.)
    - Sistemas de Comunicação Interna – Intranet
    - Softwares e aplicativos direcionados a agilidade administrativa - ferramentas colaborativas



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

### **III. Infraestrutura de TI – Operação da Melhoria contínua**

- Visão geral da Infraestrutura;
- Edge e cloud computing;
- Monitoramento da Rede;
- Análise de Contingências;
- A importância do Backup e Segurança dos Dados.

### **IV. Tecnologias transformadoras**

- O uso de tecnologias transformadoras no negócio: Big Data, Internet das coisas, Inteligência Artificial, Ciência de Dados.

## **6. Bibliografia:**

### **▪ Básica:**

- TURBAN, E., VOLONINO, L. Tecnologia da Informação para Gestão: em busca de um melhor desempenho estratégico e operacional. Bookman, 2013.
- O'BRIEN, James A.; MARAKAS, George M. Administração de sistemas de informação. 15. ed. São Paulo: McGraw-Hill, Bookman, 2013.
- TURBAN, Efraim. Business Intelligence: um enfoque gerencial para a inteligência do negócio. Porto Alegre: Bookman, 2011.

### **▪ Complementar:**

- AMARAL, Fernando. Introdução à ciência de dados. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.
- ARMSTRONG, P. Dominando as tecnologias disruptivas. Ed. Autêntica Business, 2019
- BNDES. Relatório 9 - Relatório Plano de Ação. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/wcm/connect/site/d22e7598-55f5-4ed5-b9e5-543d1e5c6dec/produto-9A-relatorio-final-estudo-de-iot.pdf?MOD=AJPERES&CVID=m5WVIlId>
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual. 8 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- FACELI, K.; LORENA, A.C.; GAMA, J.; CARVALHO, A.C.P.L.F. Inteligência Artificial: uma abordagem de aprendizado de máquina. LTC, 2011.



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

- FAWCETT, Tom. PROVOST, Foster. Data Science para Negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.
  - GRUS, Joel. Data Science do Zero. Alta Books, 2016.
  - REZENDE, Denis Alcides. Planejamento de Sistemas de Informação. Editora Atlas, 2008.
  - ROGERS, David L. Transformação Digital: repensando o seu negócio para a era digital. São Paulo: Autêntica Business, 2017.
  - ROSA, J. L. G. Fundamentos da Inteligência Artificial, LTC, 2011.
  - RUSSEL, S.; Norvig, P. Inteligência Artificial, Ed. Campus, 2003.
  - SÁTYRO, Walter Cardoso et. al. Indústria 4.0: Conceitos e fundamentos. Editora Blucher, 2019.
  - SCHWAB, Klaus. Aplicando a Quarta Revolução Industrial. Editora Edipro, 2018.
  - SIGGELKOW, N., TERWIESCH, C. estratégia conectada. Ed. Benvirá, 2020.
  - SINCLER, B. IoT: como usar a "internet das coisas" para alavancar seus negócios. São Paulo: Editora Autêntica Business, 2018.
- 
- **Bases de Dados:**
    - <https://www.mackenzie.br/biblioteca/>
    - <http://pergamum.mackenzie.br/biblioteca/index.php>



**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
Coordenadoria de Educação Continuada

---

**IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (9)**

**1. Nome do componente curricular:** Economia de Empresas

**2. Carga Horária:** 32 h/a

**3. Ementa:** Objetivos da Empresa e da economia. Mecanismos de Mercado: Oferta e demanda. Análise e projeção da demanda. Análise da produção e custos. Estruturas de Mercado e inovação. Objetivos da macroeconomia e da Política Econômica. Instrumentos de Política Econômica. A abordagem será a da teoria aplicada, com exemplos de aplicação.

**4. Objetivo:** Ao concluir a disciplina, o aluno estará apto a reconhecer e analisar as principais questões econômicas que afetam o ambiente financeiro empresarial, permitindo uma maior compreensão dos cenários econômicos e organizacionais e tornando o processo de decisão mais seguro.

**5. Conteúdo Programático:**

1. Objetivos da Empresa e da Economia:
  - i Conceito de Economia e a questão da escassez;
  - ii Funcionamento simplificado da economia e a formação de mercados;
  - iii Economia de empresas e a tomada de decisão;
  - iv Objetivo da empresa: maximização da riqueza e suas implicações.
2. Mecanismos de Mercado: Oferta e Demanda:
  - i Conceito de Demanda e fatores que a afetam;
  - ii Conceito de oferta e fatores que a afetam;
  - iii Equilíbrio de mercado;
  - iv Elasticidades da demanda.
3. Estimativa da Demanda:
  - i Previsões da demanda e suas implicações;
  - ii Estimativa da demanda utilizando a pesquisa de Marketing;
  - iii Estimativa da demanda por métodos estatísticos.
4. Produção e Custos:
  - i Função de produção;
  - ii Rendimentos de Escala;
  - iii Custos a curto e a longo prazo;
  - iv Gestão de custos para a tomada de decisão.
5. Mercados competitivos e não competitivos:
  - i Concorrência Perfeita;
  - ii Monopólio;
  - iii Concorrência Imperfeita;
  - iv Oligopólio;
  - v Modelo Estrutura-Condução-Desempenho (diferenciação, barreiras à entrada, concentração industrial).



## PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Coordenadoria de Educação Continuada

---

6. Macroeconomia e os objetivos da política econômica:
  - i Conceitos e objetivos da Macroeconomia;
  - ii Crescimento econômico e a mensuração da atividade econômica;
  - iii Estabilidade monetária (inflação).
7. Instrumentos de política econômica:
  - i Política fiscal e o déficit público;
  - ii Política monetária;
  - iii Política cambial.

### 6. Bibliografia

- **Básica:**

BAYE, Michael R. *Economia de Empresas e Estratégias de Negócios*. 6.ed. São Paulo: MC Graw Hill, 2010. ISBN: 9780073375687. (recurso online) (MINHA BIBLIOTECA)

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia. *Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. 3.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2020. ISBN: 9788595157187. (recurso online) (MINHA BIBLIOTECA)

MCGUIGAN, James R.; MOYER, R. Charles; HARRIS, Frederick H. de B. *Economia de Empresas: Aplicações, estratégias e táticas*. São Paulo: Cengage Learning, 2013. ISBN: 9781285420929. (recurso online) (MINHA BIBLIOTECA)

- **Bibliografia Complementar:**

FROYEN, Richard T. *Macroeconomia*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. ISBN: 9788502175235. (recurso online) (MINHA BIBLIOTECA)

GREMAUD, Patrick, A., VASCONCELLOS, de, M.A. S., Jr., T., Rudinei. *Economia Brasileira Contemporânea*. 8ed. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN: 9788597010206. (recurso online) (MINHA BIBLIOTECA)

KRUGMAN, Paul; WELLS, Robin. *Microeconomia: uma abordagem moderna*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2016. ISBN: 9788595155992. (recurso online) (MINHA BIBLIOTECA)

PINDYCK, Robert; RUBINFELD, Daniel. *Microeconomia*. 8. ed. São Paulo: Pearson, 2013. ISBN: 9788543000282. (recurso online) (BIBLIOTECA VIRTUAL UNIVERSITÁRIA 3.0)



## IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (10)

1. **Nome do Componente Curricular:** Negociação em Ambientes Competitivos
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Estudo das boas práticas de negociação nos diferentes tipos e modelos de negócio. Abordar as habilidades de negociação, considerando as etapas do processo e resolução de conflitos e como desenvolver essa habilidade para que as partes envolvidas em uma negociação cheguem a acordos e resultados satisfatórios para ambos os lados.
4. **Objetivo:** Apresentar técnicas teóricas e práticas, a partir de aulas expositivas, dinâmicas individuais e em grupo, estudos de caso, discussão de trechos de filmes e atividades em geral capacitando os participantes para a negociação, uso de poder e gerenciamento de conflitos.
5. **Conteúdo Programático:**
  - Conceito de Negociação. Considerações e Abordagens.
  - Importância da Comunicação na Negociação
  - Programação Neuro Linguística na Negociação
  - Caracterização do Negociador. Habilidades dos Negociadores.
  - Táticas de influência
  - O Poder na Negociação.
  - Negociação Internacional.
  - Planejamento da Negociação. Etapas do Processo de Negociação.
  - Negociação Competitiva ou Distributiva. Táticas agressivas de Negociação.
  - Negociação Colaborativa ou Integrativa. Negociação Ganha-Ganha.
6. **Bibliografia:**
  - **Básica:**
  - BAZERMAN, Max H.; NEALE, Margaret A. **Negociando Racionalmente**. São Paulo: Editora Atlas, 2016. ISBN: 9788597010497 <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010497/cfi/6/2!/4/2/4@0:0.101>
  - LEWICKI, Roy J. SAUNDERS, David M. BARRY, Bruce. **Fundamentos de Negociação**. Porto Alegre: Editora AMGH, 2014. ISBN: 9788580553864 <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553864/cfi/0!/4/2@100:0.00>>



## PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Coordenadoria de Educação Continuada

---

- THOMPSON, Leigh L. **O Negociador**. São Paulo: Editora: Pearson Prentice Hall, 2009. ISBN: 9788576051930 <  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/444> >
  
- **Complementar:**
  - GARBELINI, Viviane Maria Penteado. **Negociação e Conflitos**. Curitiba: Editora Intersaberes, 2016 ISBN: 9788544303498 <  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/37447> >
  - IAMIM, Gustavo Paiva. **Negociação: conceitos fundamentais e negócios internacionais** Curitiba: Editora: Intersaberes Biblioteca: Pearson, 2016 ISBN: 9788544303597  
<<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/37146?PaginaPdf=1&PaginaEpub=0>>
  - MARTINELLI, Dante Pinheiro. NIELSEN, Flávia Angeli Ghisi. MARTINS, Talita Mauad (Org.) **Negociação: conceitos e aplicações práticas**. São Paulo: Editora Saraiva, 2010 ISBN: 9788502160804  
<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502160804/cfi/0> >
  - SARFATI, Gilberto (Org.) **Manual de negociação**. São Paulo: Editora Saraiva, 2010 ISBN: 9788502119352 <  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502119352/cfi/0> >
  - VASQUES. Enzo Fiorelli (Org.) **Negociação comercial**. São Paulo: Editora Pearson Education do Brasil, 2015 ISBN: 9788543016764 <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/35537>
  
- **Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO.**



## PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

Coordenadoria de Educação Continuada

---

### IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (11)

**7. Nome do Componente Curricular:** Lean Services & Lean Office

**8. Carga Horária:** 32 horas

**9. Ementa:** A filosofia Lean Thinking vem mudando a rotina e a lógica de desenvolvimento de negócios e processos adotadas por empresas de serviços. O aluno aprenderá e desenvolverá as habilidades e competências necessárias para dominar as técnicas e ferramentas mais avançadas de planejamento, implantação de projetos e gestão de pessoas existentes usando o pensamento e filosofia lean que evitam o desperdício, além de desenvolver competências para uma gestão enxuta.

**10. Objetivo:** Desenvolver competências em profissionais para entendimento do Pensamento Lean, proporcionando aprendizagem para desenvolver e aplicar os princípios, os métodos e as técnicas nas organizações de serviços. Analisar os diferentes desperdícios na cadeia de valor do processo, atribuindo prioridades e entendendo as fontes que geram esses desperdícios. Aplicar os princípios e as diferentes ferramentas Lean, entendendo as circunstâncias em que cada uma é aplicada. Motivar o trabalho em equipe para solucionar problemas.

#### **11. Conteúdo Programático:**

- Introdução ao Pensamento e Filosofia Lean
- Ferramentas Lean Six-Sigma
- Aplicação do Lean em processos administrativos e serviços
- Identificação de Problemas em Processos de Negócios em Serviços
- Relatório e Pensamento A3
- Introdução ao processo de *Value Stream Mapping* e sua aplicação em processos organizacionais de serviços
- NPI (*New Product Introduction*) – Projetos *Phase-Gate / Agile* com foco em serviços
- Gestão Lean de Processos Estratégicos de Serviços – Conceitos e uso do *Hoshin Kanri* (Modelo SDP – Strategic Deployment Process / X-Matrix) nos processos de gestão de administração enxuta (lean) em organizações de serviços.

#### **12. Bibliografia:**

- **Básica:**





## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

BALLÉ, M., Jones, D., Chaize, J., Orest, F. **A ESTRATÉGIA Lean : para criar vantagem competitiva, inovar e produzir com crescimento sustentável.** Porto Alegre Bookman 2019

ROTONDARO, R.G.; et al. Seis Sigma: **Estratégia gerencial para a melhoria de processos, produtos e serviços.** São Paulo: Atlas, 2002.

WERKEMA, M. C. C. Lean **Seis Sigma – Introdução às Ferramentas do Lean Manufacturing.** 1. ed. Belo Horizonte: Werkema, 2006.

WERKEMA, Maria Cristina Catarino. **Criando a cultura Lean Seis Sigma.** 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

- **Complementar:**

HINO, Satoshi. **O pensamento Toyota : princípios de gestão para um crescimento duradouro.** Porto Alegre Bookman 2011.

LIKER, Jeffrey K. **O modelo Toyota de excelência em serviços : a transformação lean em organizações de serviço.** Porto Alegre Bookman 2019

LIKER, Jeffrey K. **O modelo Toyota de liderança Lean: como conquistar e manter a excelência pelo desenvolvimento de lideranças.** Porto Alegre Bookman 2013

GEORGE, Michael L. **Lean seis sigma para serviços.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2009.

WOMACK, James P.; JONES, Daniel T. **Lean thinking: banish waste and create wealth in your corporation.** New York: Free Press, 2003.

ROTHER, Mike; SHOOK, John; **LEAN INSTITUTE BRASIL. Aprendendo a enxergar: mapeando o fluxo de valor para agregar valor e eliminar o desperdício.** São Paulo: Lean Institute Brasil, 2012.

GREEF, Ana Carolina; FREITAS, Maria do Carmo Duarte; ROMANEL, Fabiano Barreto. **Lean Office: operação, gerenciamento e tecnologia.** São Paulo: Atlas, 2012

ABPMP BPM CBOK™,V3.0. **Guide to the Business Process Management Common Body of Knowledge.** 2013.



## IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (12)

1. Nome do Componente Curricular: **Gestão do Desenvolvimento de Soft Skills**
2. Carga Horária: 32 horas
3. Ementa: A disciplina aborda de forma prática as competências essenciais para que o líder tenha sucesso em sua vida social e na carreira. A forma de conduzir suas relações, responsabilidades e profissão são determinadas por sua capacidade de a cada dia conviver e resolver as situações cotidianas, cujos resultados são totalmente dependentes da forma com que os seus problemas são solucionados.
4. Objetivo: Desenvolver as principais competências de um líder para que ele tome decisões; se comunique; resolva conflitos; utilizando conhecimentos adquiridos ao longo do processo acadêmico aplicáveis nas situações cotidianas da liderança.
5. Conteúdo Programático:
  - Estratégias e Métodos para Tomada de Decisão
  - Princípios da Comunicação Não-Violenta (CNV);
  - Resolvendo conflitos; principais abordagens de Negociação de Conflitos;
  - O papel da empatia nas relações de liderança;
  - Como perceber e expressar sentimentos;
  - A arte da escuta empática;
  - A importância da observação sem julgamentos e críticas;



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

- Como perceber e expressar necessidade;
- Clareza e objetividade na fala; Comunicação interpessoal;
- Linguagem não-verbal e o impacto nos ouvintes; Base da PNL
- Modelos de Feedback;
- Técnicas de Engajamento;
- A resiliência na liderança;

### 6. Bibliografia:

- Básica:

GROSS, Marcos. **Dicas práticas de comunicação**: boas ideias para os relacionamentos e os negócios. Editora Trevisan, 2014.

KRZNARIC, Roman. **O poder da empatia: a arte de se colocar no lugar do outro para transformar o mundo**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2015.

CHRISTOFOLI, Márcia Pillon. **Comunicação e liderança**: em busca da dimensão sensível. 2020.

- Complementar:

COIMBRA, Renata Maria; DE MORAIS, Normanda Araujo. **A resiliência em questão: perspectivas teóricas, pesquisa e intervenção**. Artmed Editora, 2015.



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

GONÇALVES, Aboim Machado; MACHADO, Luciana Aboim. **Mediação de conflitos**. São Paulo: Atlas, 2013.

MAGNAN, Emília dos Santos et al. Normatização da versão brasileira da Escala Utrecht de engajamento no trabalho. **Avaliação Psicológica: Interamerican Journal of Psychological Assessment**, v. 15, n. 2, p. 133-140, 2016.

OLIVEIRA, Lucia Barbosa de; ROCHA, Juliana da Costa. **Engajamento no trabalho**: antecedentes individuais e situacionais e sua relação com a intenção de rotatividade. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 19, n. 65, p. 415-431, 2017.

ROBLES, Marcel M. Executive perceptions of the top 10 soft skills needed in today's workplace. **Business communication quarterly**, v. 75, n. 4, p. 453-465, 2012.



## **IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (13)**

1. Componente Curricular: **Aplicação do Conhecimento**
2. Carga Horária: **48 horas/aula**
3. Ementa: A disciplina promove o desenvolvimento do Trabalho de Aplicação de Conhecimento, com base no método prático e aplicado, o qual direciona o aluno para a resolução de um desafio ou problema real vivenciado por uma determinada organização, utilizando os conceitos e práticas abordados ao longo do curso.
4. Objetivo: Capacitar o participante para investigar, analisar e compreender as causas e as implicações dos desafios organizacionais; e com base no diagnóstico e na pesquisa bibliográfica, propor soluções e ações detalhadas, visando à resolução de problemas ou oportunidades reais e pontuais enfrentadas por uma determinada organização
5. Conteúdo Programático:
  - Definição do problema/oportunidade/desafio organizacional a ser resolvido;
  - Descrição das características gerais da empresa: histórico no mercado de atuação, ramo de atividade, controle societário, produtos e serviços, perfis de clientes e fornecedores, regiões de atuação, quantidade de funcionários e porte econômico;
  - Diagnóstico das origens e implicações do desafio a ser resolvido;
  - Pesquisa bibliográfica sobre os temas relacionados com o desafio organizacional;
  - Proposição de soluções e ações detalhadas para a resolução do desafio.

### **6. Bibliografia:**

- **Bibliografia Básica:**

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. 312 p.

MARCONDES, Reynaldo C.; MIGUEL, Lilian A. P.; FRANKLIN, Marcos A.; PEREZ, Gilberto. **Metodologia para trabalhos práticos e aplicados** - Administração e Contabilidade. São Paulo: Editora Mackenzie, 2017. E-book.



## **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**

Coordenadoria de Educação Continuada

---

SAMPIERI, Roberto HERNÁNDEZ; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

- **Bibliografia Complementar:**

BOOTH, W. C.; COLOMB, G. G.; WILLIAMS, J. M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R; SILVA, A. B. da (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigma, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

HAIR, Joseph F.; BABIN, Barry, MONEY, Arthur H.; SAMOUEL, Phillip. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

MEDEIROS, J. B. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 11. São Paulo: Atlas, 2013.

ISKANDAR, J. I. **Normas da ABNT comentadas para trabalhos científicos**. 5ª. ed. Curitiba: Juruá, 2015.