



Identificação do Curso

Curso de Especialização em: Gestão Estratégica de Serviços

1. Estrutura Curricular – componente curricular/carga horária.
- 2.

Ambiente Empresarial	
Estratégia e Competitividade Empresarial	32h
Finanças Corporativas	32h
Desenvolvimento do Capital Humano	32h
Direito Aplicado à Gestão de Negócios em Serviços	32h
Carga horária total (horas aula)	128h
Ambiente Comportamental e Tecnológico	
Negociação em Ambientes Competitivos	32h
Lean Services & Lean Office	32h
Marketing e Comportamento do Consumidor em Serviços	32h
Tecnologias Transformadoras de Negócios em Serviços	32h
Carga horária total (horas aula)	128
Ambientes de Operações em Serviços	
Internacionalização de Negócios em Serviços	32h
Gestão de Operações em Serviços	32h
Gestão de Custos e Preços em Serviços	32h
Qualidade e Indicadores de Desempenho em Serviços	32h
Carga horária total (horas aula)	128
Módulo: Aplicação de Conhecimento (Modalidade a Distância)	48h
Total da carga horária do curso	432 horas-aula



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (1)

1. **Nome do Componente Curricular:** Estratégia e Competitividade 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.
6. **Bibliografia:**
 - **Básica:**



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA
Coordenadoria de Cursos de Educação Continuada



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.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFRE, Jeffrey F. **Administração Financeira: Corporate Finance**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2015.



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA
Coordenadoria de Cursos de Educação Continuada



- **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: PROQUEST e EBSCO**



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;
 - 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**
 - 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.
- 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.



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA
Coordenadoria de Cursos de Educação Continuada



- 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.



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (4)

- 1. Nome do Componente Curricular:** Direito Aplicado à Gestão de Negócios em Serviços
- 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.



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 (5)

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:

1. Conceito de Negociação. Considerações e Abordagens.
2. Importância da Comunicação na Negociação
3. Programação Neuro Linguística na Negociação
4. Caracterização do Negociador. Habilidades dos Negociadores.
5. Táticas de influência
6. O Poder na Negociação.
7. Negociação Internacional.
8. Planejamento da Negociação. Etapas do Processo de Negociação.
9. Negociação Competitiva ou Distributiva. Táticas agressivas de Negociação.
10. 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>>



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA
Coordenadoria de Cursos 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.**



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (6)

1. **Nome do Componente Curricular:** Lean Services & Lean Office
2. **Carga Horária:** 32 horas
3. **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.
4. **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.
5. **Conteúdo Programático:**
 - a) Introdução ao Pensamento e Filosofia Lean
 - b) Ferramentas Lean Six-Sigma
 - c) Aplicação do Lean em processos administrativos e serviços
 - d) Identificação de Problemas em Processos de Negócios em Serviços
 - e) Relatório e Pensamento A3
 - f) Introdução ao processo de *Value Stream Mapping* e sua aplicação em processos organizacionais de serviços
 - g) NPI (*New Product Introduction*) – Projetos *Phase-Gate* / *Agile* com foco em serviços
 - h) 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.
6. **Bibliografia:**
 - **Básica:**



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA

Coordenadoria de Cursos 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 (7)

- 1. Nome do Componente Curricular:** Marketing e Comportamento do Consumidor em Serviços
- 2. Carga Horária:** 32h/aula
- 3. Ementa:** Análise mercadológica e introdução e consolidação dos conceitos do composto de marketing para serviços (8 P's), bem como sua importância, papel estratégico e aplicação. Ao longo deste tema, o aluno aprenderá os conceitos básicos sobre serviços, seus diferentes tipos e dimensões. Terá também conhecimento das principais estratégias relacionadas à oferta de serviços, a partir de uma análise criteriosa do portfólio de serviços da organização e do comportamento do consumidor de serviços
- 4. Objetivo:** Abordando os elementos estratégicos e táticos centrais que cercam o ambiente de negócios contemporâneo do setor de serviços, esta disciplina tem como objetivo principal fornecer uma visão sistêmica sobre como analisar o posicionamento mercadológico de empresas do setor de serviços e as principais estratégias do composto mercadológico de serviços (os oito P's): Produto (serviço); Preço; Praça (momento e local); Promoção (comunicação); Processos; Palpabilidade (evidência física); Pessoas (envolvidas na prestação do serviço); Produtividade (e qualidade), reconhecendo as várias perspectivas de um serviço na percepção do cliente e do comportamento do consumidor de serviços.
- 5. Conteúdo Programático:**
 - I. Características distintivas dos serviços**
 - a. Intangibilidade
 - b. Inseparabilidade
 - c. Variabilidade
 - d. Perecibilidade
 - e. Os componentes da Administração Integrada de Serviços (7's- resumido)
 - f. Introdução ao composto marketing de Serviço (Os 8 P's);
 - II. Evolução do ambiente de serviços**
 - a. Mudanças dos padrões de regulamentação governamental
 - b. Inovações tecnológicas
 - c. Crescimento das cadeias de serviço e redes de franquias
 - d. Internacionalização e Globalização
 - e. O movimento pela qualidade dos serviços
 - f. Expansão das empresas de leasing e aluguel
 - g. Fabricantes como fornecedores de serviço



- III. **Organização voltada ao cliente (*Customer Centricity*)**
 - a. Fundamentos do comportamento do consumidor de serviços
 - b. O comprador organizacional

- IV. **O cliente como coprodutor**
 - a. Níveis de participação do cliente
 - b. Clientes como funcionários de tempo parcial
 - c. Tecnologias de autosserviço
 - d. Comportamento dos clientes em *self-service technologies*.

6. Bibliografia:

- **Básica:**

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14 ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012 <
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/3323> >. Acesso em 08/11/2019.

LOVELOCK, Christopher. WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia**. 7 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. Disponível em:<
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2659> >. Acesso em 08/11/2019.

HOFFMAN, K.Douglas; BATESON, John, E. G.; IKEDA, Ana Akemo; CAMPOMAR, Marcos. **Princípios de Marketing de Serviços**. Cengage Learning. 3 edicao.2010. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>

- **Complementar:**

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para clientes**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2012. Disponível em <
<http://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183605/pages/82842479> >. Acesso em 17/03/2014.

COUGHLAN et al. **Canais de marketing**. Tradução Sonia Midori Yamamoto, Jorge Rittere. Editora Pearson Education do Brasil, 2012.

HOOLEY, Graham; PIERCY, NIGEL F.; NICOLAUD, Brigitte. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. 4 ed. São Paulo. Pearson Prentice Hill, 2011. Disponível em <



<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/2023> >. Acesso em 08/11/2019

IRELAND, R. Duane. HOSKISSON, Robert E. HITT, Michael A. **Administração estratégica**. 3 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014. Disponível em < <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522116423/cfi/0!/4/2@100:0:0.00> > Acesso 22/05/2018.

KELLER, Kevin Lane. MACHADO, Marcos. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Person Education do Brasil, 2006. Disponível em:< <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/401> >. Acesso em 08/11/2019.

KOTLER, Philip.; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 15 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Disponível em:< <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/168126/pdf> >. Acesso em 08/11/2019.

KOTLER, Philip, KELLER, Kevin, L. **Administração de Marketing**. 14^a 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.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Sextante, 2017.

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.

URDAN, Flávio Torres. URDAN, André Torres. **Gestão do composto de marketing**. 2 ed. São Paulo. Atlas, 2013. Disponível em < ed. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483778/cfi/3!/4/4@0.00:8.19> > Acesso 22/05/2018.



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (8)

1. **Nome do Componente Curricular:** Tecnologias Transformadoras de Negócios em Serviços
2. **Carga Horária:** 32h/aula
3. **Ementa:** Conhecimento das tecnologias alinhando sua aplicação com a estratégia das organizações de serviços 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 de serviços 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 de serviços.
5. **Conteúdo Programático:**
 - I. **Gestão estratégica da tecnologia da informação**
 - a. Gestão e Tecnologia da Informação na administração;
 - b. Gestão Estratégica da Informação com análise de riscos;
 - c. Gestão do Conhecimento;
 - d. Visão do Conceito ITIL – Gestão de Mudanças
 - e. A Gestão da Informação como instrumento para entender o cliente, o mercado, a empresa e as pessoas;
 - f. Segurança da Informação e Políticas de Acesso e Segurança
 - g. Conhecimento das Leis de Segurança e Política de Privacidade de Dados (LGPD)
 - II. **Sistemas, softwares e aplicativos de apoio à gestão**
 - a. *Enterprise Resource Planning* (ERP);
 - b. *Customer Relationship Management* (CRM);
 - c. Inteligência de Negócios - *Business Intelligence* (BI)
 - d. eCommerce, eBanking, eBusiness, eLearning;
 - e. Sistemas de apoio (Logística, Marketing, etc.)
 - f. Sistemas de Comunicação Interna – Intranet
 - g. Softwares e aplicativos direcionados a agilidade administrativa - ferramentas colaborativas
 - III. **Infraestrutura de TI – Operação da Melhoria contínua**
 - a. Visão geral da Infraestrutura;
 - b. *Edge e cloud computing*;



- c. Monitoramento da Rede;
- d. Análise de Contingências;
- e. A importância do Backup e Segurança dos Dados.

IV. Tecnologias transformadoras

- a. 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=m5WVlld>

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.

FAWCETT, Tom. PROVOST, Foster. **Data Science para Negócios**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA
Coordenadoria de Cursos de Educação Continuada



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: PROQUEST e EBSCO**
- **Softwares relacionados / indicados: Trello, Miro, Project Libre, Smartsheet, Mural, etc.**



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (9)

- 1. Nome do Componente Curricular:** Internacionalização de Negócios em Serviços
- 2. Carga Horária:** 32 horas/aula
- 3. Ementa:** A abordagem da disciplina engloba a análise de modos alternativos de atuação nos diversos mercados internacionais de serviços, através da utilização de alianças, instalações de plantas no exterior, joint-ventures e outras estratégias afins. Também são discutidas as formas de entrada e a operação nos ambientes internacionais de serviços.
- 4. Objetivo:** Apresentar as diversas estratégias de internacionalização de negócios utilizadas pelas empresas de serviços.
- 5. Conteúdo Programático:**
 - a) Análise das Oportunidades no Mercado Global de Serviços. Ambiente Global (Econômico, Cultural, Político e Regulatório).
 - b) Características do Ambiente de Comércio Global de Serviços (OMC, GATT, acordos de comércio preferenciais, América do Norte, América Latina, Europa Ocidental, Central e Oriental, Oriente Médio, África)
 - c) Gestão Estratégica do Mercado Global de Serviços (Planejamento para mercados globais de serviços)
 - d) Formulação de Estratégias de Entrada nos Mercados Internacionais de Serviços: Opções de entrada, Internet como estratégia de entrada, e-commerce, barreiras ao comércio internacional de serviços, fatores que favorecem a internacionalização de serviços, natureza dos processos de serviços que favorecem a internacionalização.
 - e) Estratégias de Expansão Internacional de Serviços (Modelos Internacionais)
 - f) Apoio, motivações e desafios à internacionalização de Empresas Brasileiras de Serviços.
 - g) Internacionalização de Empresas Brasileiras de Serviços - Estudos de Casos
 - h) Gestão de Operações Globais: Configuração organizacional das atividades globais, equipes de trabalho globais, equilíbrio entre centralização e descentralização e mecanismos de controle internacionais
- 6. Bibliografia:**
 - **Básica:**



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA
Coordenadoria de Cursos de Educação Continuada



CATEORA, Philip R.; GILLY, Mary C.; GRAHAM, John L. **Marketing Internacional**. Porto Alegre: AMGH, 2013.

KEEGAN, Warren J. **Marketing Global**. São Paulo: Editora Pearson 2013.

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de Serviços: pessoas, tecnologia e resultados**. São Paulo: Pearson, 2014.

Complementar:

ALMEIDA, André (org.) **Internacionalização de Empresas Brasileiras: perspectivas e riscos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

KOTABE, Masaali; HELSEN, Kristiaan. **Administração de Marketing Global**. São Paulo, Atlas, 2000.

MAGNOLI, Demétrio; SERAPIÃO JR. Carlos. **Comércio Exterior e negociações internacionais**. São Paulo: Saraiva, 2006.

OLIVEIRA JUNIOR, Moacir de Miranda. **Multinacionais Brasileiras: Internacionalização, Inovação e Estratégia Global**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

TANURE, Betania; DUARTE, Gonzalez (orgs.). **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2012.

VASCONCELOS, Marco Antonio; LIMA, Miguel; SILBER, Simão. **Gestão de Negócios Internacionais**. São Paulo: Saraiva, 2010.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (10)

- 1. Nome da Disciplina:** Gestão de Operações em Serviços
- 2. Carga Horária:** 32 h/a
- 3. Ementa:** Conhecimento da importância das atividades de serviços e posição que ocupam na economia, seja através da participação no produto interno bruto ou na geração de empregos e pela análise das tendências e transformações dos diversos aspectos do relacionamento com clientes e fornecedores.
- 4. Objetivo:** Habilitar o participante nas modernas técnicas de gestão de operações em serviços, demonstrando seu impacto na geração de renda e de empregos com foco no pensamento estratégico e inovação dos serviços.
- 5. Conteúdo Programático:**
 - O Conceito de Serviços e a Estratégia Competitiva
 - A Gestão de Serviços
 - Os Diferentes Processos de Serviço
 - Inovação nos Serviços
 - Relacionamento com Clientes e Fornecedores
 - Administração das Operações e Natureza do Serviço
 - Gestão de Operações
 - Estratégia de Operações
 - Noções de Planejamento e Controle de Operações
 - Planejamento a Médio e Curto Prazo
 - Gestão da Cadeia de Fornecimento

6. Bibliografia:

▪ Básica

PINTO, João Paulo. **Gestão de Operações na Indústria e nos Serviços**. Ed. Lidel 2005.

REID, Dan e NATA R. Sanders. **Gestão de Operações**. São Paulo Ed. LTC 2006.

RIBEIRO, Joaquim S e, ROLDÃO, Victor SEQUEIRA **Gestão das Operações – Uma Abordagem Integrada**. São Paulo Ed. Monitor 2007



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA
Coordenadoria de Cursos de Educação Continuada



- **Complementar**

CORREA, H. L e CAON M. **Gestão de Serviços – Lucratividade por Meio de Operações e de Satisfação dos Clientes.** São Paulo Ed. Atlas 2002.

HEIZEL, JAY e BARRY Render **Administração de Operações.** São Paulo Ed. LTC 2001.

JOHNSTON, Robert e GRAHAM Clarck **Administração de Operações de Serviço.** São Paulo, Ed. Atlas 2002.

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO.



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (11)

1. **Nome do Componente Curricular:** Gestão de Custos e Preços em Serviços
2. **Carga Horária:** 32h/aula
3. **Ementa:** Conhecimento da importância das técnicas de gestão de custos, utilizando a informação como auxílio na tomada de decisão. Um sistema de custos deve fornecer informações confiáveis e precisas sobre a composição dos custos dos produtos, para obter vantagem competitiva em relação a concorrência.
4. **Objetivo:** Habilitar o participante como o conhecimento das exigências do complexo ambiente de negócios, visando à busca pela melhor tomada de decisão, no aprimoramento dos custos das empresas de serviços e na conquista do cliente pela qualidade e diferencial proporcionado pelo serviço consumido.
5. **Conteúdo Programático:**
 - a. Classificação de Custos;
 - b. Análise da Natureza dos Custos;
 - c. Fatores que determinam os Custos;
 - d. Gestão e apuração de Custos;
 - e. Custo unitário
 - f. Tributos em Serviços
 - g. Precificação;
 - h. Redução de Custos;
 - i. Orçamento Convencional;
 - j. Orçamento de custos baseado na atividade e Plano de Receitas;
 - k. Margem de contribuição e retorno sobre investimento no processo de decisão;
 - l. Ponto de equilíbrio para avaliação da relação custo, volume, lucro.
 - m. Lucratividade de Produtos e Clientes
 - n. Custo de Ciclo de vida;

6. **Bibliografia:**

Básica



BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preço.** 7. Rio de Janeiro Atlas 2019 1, Minha Biblioteca. (Finanças na prática). ISBN 9788597021059.

LUZ, Charlene Bitencourt Soster; WOBETO, Débora; DA SILVA, Lúcio José. **Gerenciamento de custos logísticos.** Porto Alegre SAGAH 2018 1 (Minha Biblioteca). ISBN 9788595026759

PAIM, Wilson Moisés. **Custos e orçamento em serviços de hospitalidade: uma visão operacional.** São Paulo Erica 2014 1 (Minha Biblioteca). ISBN 9788536513225.

▪ **Complementar**

COSTA, Maria de Fátima Gameiro e FARIA Ana Cristina de. **Gestão de Custos Logísticos.** São Paulo. Ed. Atlas.2005.

COGAN, Samuel. **Custos e formação de preços: análise e prática.** São Paulo Atlas 2013.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; DE SOUZA, Luiz Eurico. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e ferramentas.** 4. Rio de Janeiro Atlas 2019 1 (Minha Biblioteca). ISBN 9788597022803

MARTINS, Eliseu; ROCHA, Welington. **Contabilidade de custos: livro de exercícios.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 10. ed. / 2010.

MATOS, João M. **Como Medir e Gerenciar Custos no Setor de Serviços.** São Paulo. Ed. Edições Inteligentes.2004

MATOS, João M. **Gestão Estratégica de Custos e Lucratividade.** Rio de Janeiro. Ed. Papel&virtual, .2003.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Custo e preços de serviços: logística, hospitais, transporte, hotelaria,mão de obra, serviços em geral.** São Paulo Atlas 2013

WERNKE, Rodney. **Gestão de Custos.** São Paulo. Ed. Atlas.2004.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos: uma abordagem prática.** 2. São Paulo Atlas 2003.



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (12)

- 1. Nome do Componente Curricular:** Qualidade e Indicadores de Desempenho em Serviços
- 2. Carga Horária:** 32 horas/aula
- 3. Ementa:** Conhecimento das características da operação de serviços, visando assegurar que o processo tenha recursos suficientes para lidar com os níveis da demanda previstos e obtenha a maior eficiência possível no uso dos ativos fixos da operação, bem como dos princípios de qualidade, a melhoria contínua e sistemas da gestão da qualidade aplicada ao setor de serviços.
- 4. Objetivo:** Capacitar o participante a adotar ações para a melhoria da qualidade dos resultados da organização, discutindo as estratégias e técnicas de gestão de capacidade produtiva e sua aplicação.
- 5. Conteúdo Programático:**
 - a) Serviços com Qualidade: a vantagem competitiva
 - b) Menor Custo de Serviços
 - c) Menor Sensibilidade a Preços
 - d) Dimensão da Qualidade de Serviços
 - e) Avaliação da Qualidade do Serviço
 - f) Avaliação pelo Cliente
 - g) Definição de Cultura de Qualidade
 - h) Estruturação da Qualidade em Serviços
 - i) Sistemas de Gestão da Qualidade – Método Seis Sigma – ISO – Auditorias da Qualidade
 - j) Aplicação dos Critérios da Excelência
 - k) A Qualidade como Diferencial Competitivo

6. Bibliografia:

▪ **Básica:**

CASAS, Alexandre Luzzi Las. **Qualidade Total em Serviços**. São Paulo Ed. Atlas 2006

JURAN, J. M. **A Qualidade desde o Projeto**. São Paulo Ed. Cengage 2009.

MARTIN, Willian B. **Qualidade no Serviço ao Cliente**. Ed. Monitor 2008

▪ **Complementar:**



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E EDUCAÇÃO CONTINUADA
Coordenadoria de Cursos de Educação Continuada



ALDRECHT, Karl e Lawrence J. Bradford **Serviços com Qualidade: A Vantagem Competitiva.** São Paulo Ed. Makron Books

CARVALHO, Marly Monteiro de e Edson Pacheco Paladino. **Gestão da Qualidade – Teorias e Casos.** Rio de Janeiro, Ed. Campus 2006

PALADINI, E. P. **Avaliação Estratégica da Qualidade.** São Paulo Ed. Atlas 2002.

TRIGUEIRO, Fernando G. R. **Qualidade em Serviços e Atenção ao Cliente.** Olinda, Focus Edições, 2001

Bases de Dados: PROQUEST e EBSCO



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR (13)

1. Componente Curricular: **Aplicação de Conhecimento**
2. Carga Horária: **48 horas/aula** na modalidade EAD
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.

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**. 5^a. ed. Curitiba: Juruá, 2015.