



Faculdade Presbiteriana
Mackenzie Rio

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

MBA EM GESTÃO E MARKETING PARA PROFISSIONAIS LIBERAIS



Projeto Pedagógico do Curso
Pós-Graduação em Gestão e Marketing para Profissionais Liberais

I. JUSTIFICATIVA

Dados do IBGE (2015) indicam que o Brasil tem cerca de dez milhões de profissionais liberais de diversas formações, considerando para tal, qualquer equiparação de profissional autônomo a empresa cuja atividade é específica, sendo cadastrada ou não.

A definição de profissional liberal mais aceita é apresentada pela Confederação Nacional das Profissões Liberais (CNPL), que em seu Artigo 1º destaca que “é aquele legalmente habilitado à prestação de serviços de natureza técnico-científica de cunho profissional com a liberdade de execução que lhe é assegurada pelos princípios normativos de sua profissão, independentemente de vínculo da prestação de serviço”.

As profissões regulamentadas que a CNPL representa hoje são: administradores, advogados, auditores, arquitetos, assistentes sociais, atuários, bibliotecários, biomédicos, biólogos, contabilistas, corretores de imóveis, economistas, enfermeiros, engenheiros, estatísticos, farmacêuticos, fisioterapeutas, terapeutas ocupacionais, geógrafos, museólogos, fonoaudiólogos, geólogos, médicos, médicos veterinários, nutricionistas, odontologistas, psicólogos, químicos, relações públicas, sociólogos, técnicos agrícolas, técnicos industriais, técnicos em turismo, tradutores e intérpretes e zootecnistas. Todas essas profissões exigem diploma de nível universitário ou técnico (nível médio), porém não são todas as atividades profissionais que apresentam em seus cursos técnicos ou superiores os conhecimentos específicos em gestão e marketing.

Ter o próprio negócio é o sonho de muitos graduados, porém, há conhecimentos necessários ao sucesso do potencial empreendedor que vão além dos conhecimentos técnicos por ele adquirido em sua graduação. É necessário conhecer o mercado e seus consumidores, bem como saber administrar o negócio, ter noções de comportamento do consumidor para bem atender os clientes, noções de inovação em serviços e posicionamento bem definido a fim de diferenciar-se da forte concorrência que decerto existe.



O curso de Pós-graduação em Gestão e Marketing para Profissionais Liberais se propõe informar ao participante, os principais aspectos relacionados às quatro grandes áreas da Administração, Finanças, Pessoas, Marketing e Logística que lhe permitirão gerir seu negócio e/ou atividade com segurança e efetividade.

II. HISTÓRICO DA INSTITUIÇÃO

No âmbito da tradição calvinista, o projeto educacional que deu início ao Instituto Presbiteriano Mackenzie, mantenedora da Universidade Presbiteriana Mackenzie e presentemente da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio, tem sua origem no ano de 1870, a partir da obra de um casal de missionários presbiterianos norte-americanos, Rev. George Whitehill Chamberlain e sua esposa Mary Ann Annesley Chamberlain, em São Paulo, SP.

Na primavera de 1870, utilizando sua própria residência como sala de aula, Mary Chamberlain recebeu três crianças para a escola que se iniciava. Desde o ponto de partida, impôs-se o princípio que permanece até os dias de hoje, 144 anos passados, de não fazer distinção de sexo, credo ou etnia, acolhendo crianças que a escola da época não acolhia. No segundo ano, em 1871, foi fundada a Escola Americana, embrião do Colégio Presbiteriano Mackenzie, que passou a funcionar em um local mais espaçoso, acolhendo então 44 alunos.

Se numericamente a escola era inexpressiva, a proposta pedagógica se apresentava ambiciosa e pioneira, para não dizer francamente revolucionária para os padrões da época. Seu modelo baseava-se no sistema escolar americano: as classes eram mistas, praticava-se ginástica, aboliram-se as repetições cantadas e os castigos físicos (a famosa palmatória), introduziu-se a experimentação. Grande ousadia foi enfatizar a liberdade religiosa, racial e política, numa época em que as escolas eram reservadas à elite monarquista e escravagista. A escola foi pioneira em receber filhos de abolicionistas, republicanos, protestantes e judeus.

Em 1885, o médico e educador norte-americano Horace M. Lane recebeu a Escola Americana das mãos do Reverendo George Chamberlain, passando a conduzir por quase três décadas os destinos da crescente instituição educacional presbiteriana. Datam dessa época a Escola Normal, o Protestant College (denominado Mackenzie College a partir de 1895), o Curso Superior de Comércio (1886), embrião dos posteriores cursos nas áreas de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis, o Curso Superior de Preparatórios e a Escola de Engenharia Mackenzie College – mais antigo estabelecimento de ensino de engenharia do país, no segmento privado e confessional. A inserção do nome “Mackenzie” nesse contexto expressa a homenagem prestada ao advogado e filantropo, John Theron Mackenzie, cujo legado financeiro permitiu a construção da Escola de Engenharia.

Em 1876, foi criado o Curso Superior de Filosofia, funcionando junto à Escola Americana com a finalidade principal de preparar professores. Poucos anos



depois, em 1879, foi comprada uma área no bairro de Higienópolis, São Paulo, onde se encontram sediados, hoje, tanto o Colégio quanto a Universidade.

Marco do pioneirismo que sempre permeou a instituição, a criação da primeira experiência oficial de cotitulação internacional, tendo a University of the State of New York como entidade associada (1893). Outros marcos: O primeiro curso de Química Industrial de São Paulo (1911); o mais antigo curso de engenharia Química do país (1922); introdução do Sistema Decimal Dewey de catalogação de bibliotecas no Brasil (1926); primeiro curso de Biblioteconomia do Brasil (1930); primeira Faculdade de Arquitetura do estado de São Paulo (1947); exigência de Projetos-Tese para os concluintes dos cursos superiores, antecipando-se ao requisito das monografias de conclusão de curso hoje implantado pelo Ministério da Educação; criação de uma rede de cursos de alfabetização de adultos, antecipando-se ao MOBRAL.

Em 1927, graduaram-se as primeiras mulheres pelo Mackenzie College. Foram três no Curso de Química Industrial. Quase imediatamente após, em 1929, graduou-se a primeira Engenheira Arquiteta.

O Mackenzie acompanhava o desenvolvimento do país republicano no campo da educação; e para o Mackenzie também se havia voltado o olhar de inúmeros educadores "escola novistas" que, à época, levantavam a bandeira do ensino técnico-profissionalizante como um imperativo necessário à reconstrução educacional do país. Em 1932 começavam as aulas do Curso Técnico Mackenzie, destinado às áreas de Química Industrial, Mecânica e Eletricidade.

Em 1940, por exigência do Estado Novo, o Mackenzie College passou a ser denominado Instituto Mackenzie. Eram suas unidades a Escola Americana, o Colégio Mackenzie, a Escola Técnica e a Escola de Engenharia. Na linha histórica temos: Mackenzie College (1892–1940), seguida do Instituto Mackenzie (1940–1997), depois Instituto Presbiteriano Mackenzie (IPM), entidade mantenedora da Universidade Presbiteriana Mackenzie e da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio.

Em 1947, o curso de Arquitetura, então vinculado à Escola de Engenharia, deu origem à Faculdade de Arquitetura, a primeira no Brasil, com essa designação. No mesmo ano, foi instalada a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, que mais tarde (1980) se desdobraria em Faculdade de Letras e Educação, e Faculdade de Ciências Exatas e Experimentais.

No ano de 1950, foi criada a Faculdade de Ciências Econômicas, que veio a dar origem ao atual Centro de Ciências Sociais e Aplicadas. Destaca-se que, em 1952, a Universidade Mackenzie foi reconhecida pelo Decreto nº 30.511, assinado pelo Presidente Getúlio Vargas e pelo Ministro da Educação, Dr. Ernesto Simões da Silva Filho, sendo solenemente instalada em 16 de abril daquele ano. Na sua origem, a nova universidade – terceira no estado de São Paulo – foi constituída das seguintes unidades acadêmicas: Escola de Engenharia, Faculdade de Arquitetura, Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras e Faculdade de Ciências Econômicas.



A criação da Faculdade de Direito deu-se em 1953. No ano de 1965, a Universidade Mackenzie tornou-se mais uma vez pioneira nas suas iniciativas, ao escolher como Reitora a Professora Esther de Figueiredo Ferraz, primeira mulher no hemisfério sul a ocupar esse cargo. Foi ela, também, anos mais tarde, a primeira mulher no Brasil a se tornar Ministro de Estado da Educação.

Anos mais tarde, em 1970, foram instaladas a Faculdade de Comunicação e Artes e a Faculdade de Tecnologia, esta última tendo atualmente a denominação de Faculdade de Computação e Informática. Em 1998, constituiu-se a Faculdade de Psicologia e, nos dois anos seguintes, surgiram a Faculdade de Teologia e a Faculdade de Educação Física, esta última localizada no então Campus Tamboré (atual Campus Alphaville).

Em 1999, a Universidade Mackenzie passou a ser denominada Universidade Presbiteriana Mackenzie - UPM, reafirmando, assim, sua identidade confessional. O Mackenzie é uma comunidade fortemente integrada, e atribui-se a isso a identidade de propósitos entre a comunidade de mestres e alunos e, acima de tudo, uma tradição cultural afetiva compartilhada na instituição, batizada de *espírito mackenzista*.

Com essa característica empreendedora e pioneira, o Instituto Presbiteriano Mackenzie decidiu estender sua atuação e ampliá-la. A cidade do Rio de Janeiro foi a sede pioneira da Igreja Presbiteriana do Brasil, associada vitalícia do IPM. Em 12.08.69 chegava ao Brasil, desembarcando no Rio de Janeiro, o primeiro Missionário Presbiteriano, Rev. Ashbell Green Simonton. Daí a escolha, dentro do planejamento estratégico do Instituto, de ampliar para a capital do Rio de Janeiro a proposta educacional Mackenzista.

Atualmente, a instituição “Mackenzie” é um dos maiores complexos educacionais no contexto da América Latina, atuando nas mais diversas áreas do conhecimento humano, que vão da Educação Básica ao Ensino Superior, compreendendo neste segmento três dezenas de cursos de Graduação, quase 20 cursos de Pós-Graduação *Stricto Sensu*, além de seis dezenas de cursos *Lato Sensu* e amplo portfólio de atividades de Extensão.

Esse histórico de inúmeras realizações na área da educação projeta um desenvolvimento da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio – FPM RIO, nascida com o objetivo de construir no Rio de Janeiro a excelência acadêmica já alcançada em São Paulo.

No Rio de Janeiro, o Instituto Brasileiro de Contabilidade – IBC, anterior mantenedor da Faculdade Moraes Júnior, embrião da FPM RIO, foi inaugurado em 20.09.16, com sede provisória na Associação dos Empregados do Comércio, à Rua Gonçalves Dias, 42, 2º andar, a fim de congregar guarda-livros e contabilistas, elevando-lhes o nível cultural e aprimorando o exercício profissional.

Era imprescindível, já na década de 20, o preparo profissional acadêmico para o domínio dos recursos científicos e tecnológicos, motivando, assim, o IBC, a acabar com o empirismo na atividade contábil. Fundou, então, em 1926, a Escola



Técnico-Comercial, oficialmente reconhecida pela Portaria de 14.10.30, do Ministério de Estado da Agricultura, Indústria e Comércio. Em 1932, passou a funcionar no sobrado do prédio da Rua da Carioca, 52, com os cursos Propedêuticos, Técnico de Guarda-Livros e Perito Contador.

Em 16.10.34, foi criado o Sindicato dos Contabilistas do Rio de Janeiro, que passou a ser a entidade mantenedora da Escola Técnica Comercial. Esta procurou adequar-se à reforma do ensino de 1961, passando a denominar-se, em 1963, Colégio Comercial do Instituto Brasileiro de Contabilidade, IBC, atualmente sem atividades didático-pedagógicas.

João Ferreira de Moraes Júnior, um dos fundadores do IBC, almejava a articulação sequencial do curso técnico de contabilidade de nível médio com o curso de grau superior, porém, não logrou êxito. A criação da Faculdade de Ciências Contábeis e Atuariais prevista no Estatuto do Sindicato dos Contabilistas do Rio de Janeiro continuava no papel até 25 de abril 1964, quando, precisamente no Dia do Contabilista, o Docente Píndaro José Alves Machado Sobrinho, imbuído do mesmo ideal e tenacidade de Moraes Júnior, realizou o sonho dos contabilistas, inaugurando e instalando a Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas do IBC, tendo passado depois, em lugar de IBC, a ostentar o nome do líder dos contabilistas - Moraes Júnior, em homenagem aos seus feitos em prol dos contabilistas decorrentes das suas campanhas, entre eles o reconhecimento e a regulamentação da profissão, do ensino médio e superior de Contabilidade, a normalização da fiscalização do exercício profissional, o projeto da criação do Conselho Federal de Contabilidade e dos Conselhos Regionais de Contabilidade (Lei nº 9.295 de 27.04.46).

A Instituição de Ensino Superior, mantida pelo IBC, iniciou sua atividade com a denominação de Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas Moraes Júnior, no dia 25.04.64, ex vi do Parecer nº 82, de 11.04.64, aprovado pelo plenário do Conselho Federal de Educação, divulgado na Revista Documenta nº 25, às páginas 9 e 11, com o Curso Superior de Ciências Contábeis, e teve confirmada a autorização pelo Decreto Federal nº 55.909, de 09.09.65.

O funcionamento do curso de graduação em Administração começou em 1968, tendo o Parecer de nº 07/1968, de 30.01.68, sido aprovado pelo Conselho Federal de Educação (CFE) e divulgado pela Revista Documenta nº 80, página 42, em decorrência da regulamentação da profissão de Técnico em Administração, pela Lei nº 4769, de 9 de setembro de 1965. Destaque-se que a IES foi primeira instituição privada de ensino superior a implantar esse curso logo após a sua regulamentação e fixação da respectiva matriz curricular pelo Conselho Federal de Educação.

Em função do pleno e regular funcionamento dos cursos de graduação em Ciências Contábeis e em Administração, comprovado pelos termos de visita de avaliação in loco dos técnicos em assuntos educacionais da Delegacia Regional do Ministério da Educação e Cultura – MEC do Rio de Janeiro, esses cursos



superiores foram reconhecidos pelo Decreto nº 66.406, de 02.04.70, publicado no Diário Oficial de 03.04.70, fl.1.

Os Cursos de Direito e Ciências Econômicas foram autorizados por Decretos assinados pelo Excelentíssimo Senhor Presidente da República, Dr. Itamar Franco, em 22.12.92, publicados no Diário Oficial de 23.12.92, *ex vi* dos despachos nº 601/90 e 799/90 do Ministro da Educação, Prof. Murílio de Avellar Hingel, Diário Oficial de 12.02.90, considerados os Pareceres 661/92 e 3/92, aprovados, respectivamente, em 21.12.92 e 02.12.92, pelo Conselho Federal de Educação, Documenta 355 e 384.

Desde cedo o IBC firmou convênios com o Centro de Integração Empresa – Escola – CIEE e com grande número de conceituadas organizações privadas e públicas, para realização de estágio supervisionado.

A IES passou a denominar-se Faculdade Moraes Junior por competente autorização mediante Portaria MEC nº 1888, de 30.12.94, Diário Oficial de 04.01.95.

A sede da Faculdade ocupa posição peculiar, na parte central da maior área de comércio popular do Brasil e uma das maiores do mundo, a chamada SAARA (nome derivado da sigla da Sociedade dos Amigos da Rua da Alfândega e Adjacências, criada em 1962). O prédio localiza-se próximo à Rede Ferroviária, ao principal eixo de comunicação com as zonas Norte e Sul, as Avenidas Presidente Vargas, Passos e Rio Branco, além das linhas 1 e 2 do Metrô.

Tal região, que o planejamento municipal denomina Centro Histórico, é bem maior do que o bairro do mesmo nome, abrigando quatorze bairros, interligados por espessa malha de ruas, túneis e avenidas.

Em agosto de 2005, objetivando promover as ações acadêmicas da Faculdade Moraes Júnior, o IBC, associou-se ao IPM, fazendo nascer a Faculdade Moraes Júnior Mackenzie Rio, atual FPM RIO. A partir de 2008, substituiu-se a mantenedora original, o IBC (que recebera a manutenção após a criação da Faculdade, pelo Sindicato dos Contabilistas, em 1964), pelo igualmente tradicional IPM, preservando-se a estrutura administrativa e implementando-se investimentos na recuperação da estrutura física. A mudança da manutenção trouxe vários benefícios, como, dentre outros, melhorias na infraestrutura e na qualificação do corpo docente, com implantação de Núcleos Docentes Estruturantes em todos os cursos, maior número de docentes em tempos parcial e integral e abertura de novos grupos de pesquisas.

Com a nova situação, passos importantes vêm sendo paulatinamente tomados. Este novo momento já tem sido marcado por investimentos realizados na mantida em diversos aspectos institucionais. As diretrizes harmonizam-se inteiramente com os eixos norteadores do “Planejamento Estratégico 2012-2020” definido pelo Conselho Deliberativo do IPM para o mesmo horizonte temporal, evidenciando uma mobilização sinérgica de toda a Instituição em busca da consolidação dos padrões de excelência no ensino, na pesquisa e na extensão.



Sempre preocupada com a qualidade do ensino, da pesquisa e da extensão, a Faculdade adota políticas institucionais que estabelecem uma série de diretrizes que nortearão a atuação de todos os segmentos e instâncias da FPM RIO nos próximos anos. As ações devem atender a um perfil de formação holística de concepção dos fenômenos naturais, do meio ambiente e da sociedade, contudo, sem abandonar demandas mais específicas da sociedade, por meio do ensino, da pesquisa e da extensão.

Em novembro de 2014, a Congregação dos Docentes em assembleia histórica, e em votação unânime, elaborou um novo Regimento Geral, alterando o nome da IES, para FACULDADE PRESBITERIANA MACKENZIE RIO, igualmente aprovada por unanimidade pelo Conselho Deliberativo do Instituto Presbiteriano Mackenzie e homologada pelo Ministério da Educação, através da Portaria nº 1077 de 23.12.15.

A partir deste novo horizonte, está posta a proposição da FPM RIO de pertencer a um projeto de uma comunidade acadêmica fortemente integrada, dedicada a promoção da cidadania e à formação plena dos educandos, pautando-se no espírito e propósito da tradição cristã reformada calvinista.

A concepção dos cursos de Pós-graduação respaldou-se no histórico da instituição, respeitando sua missão, visão e objetivos.

III. MISSÃO E VISÃO INSTITUCIONAL

Missão significa o direcionamento para a atuação da Instituição no âmbito da sociedade em que está inserida. A Missão institucional encontra-se assim definida: *“Educar o ser humano, criado à imagem de Deus, para o exercício pleno da cidadania, em ambiente de fé cristã reformada”*. A Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio tem relevante papel no atendimento a essa missão por intermédio dos conteúdos, recursos e metodologias próprios nas suas várias áreas acadêmicas.

A Visão da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio permeia todos os planos de ação e o desenvolvimento de sua prática cotidiana. Dessa forma, a Visão de *“Ser reconhecida pela sociedade como instituição confessional presbiteriana e filantrópica, que se dedica às ciências divinas e humanas, comprometida com a responsabilidade socioambiental, em busca de contínua excelência acadêmica e de gestão”*, organiza a composição e o desenvolvimento do currículo de maneira que possa ser refletida em todos os aspectos.

O currículo e as políticas e estratégias de ação, dirigidos por esta visão e aplicados no âmbito do Curso de Pós-Graduação em Contabilidade, Gestão Financeira e Auditoria, têm como fim maior favorecer o reconhecimento efetivo, pelos alunos e pela comunidade, de uma instituição que prima pela excelência, considerando seu papel na sociedade, sua relação com os outros e com Deus.



IV. PRINCÍPIOS E VALORES

A Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio tem por finalidade desenvolver as funções de ensino, pesquisa e extensão, em todas as áreas do conhecimento humano, atendendo às diretrizes curriculares do Ministério da Educação e às demandas da sociedade na qual se insere, praticando e expressando os valores descritos a seguir:

- Na conduta pessoal: dignidade, caráter, integridade e espírito mackenzista;
- No exercício da atividade profissional: ética, competência, criatividade, disciplina, dedicação e disposição para o trabalho voluntário;
- No relacionamento interpessoal: lealdade, respeito mútuo, compreensão, honestidade e humildade;
- No processo de decisão: busca de consenso, de justiça, de verdade, de igualdade de oportunidade para todos;
- No relacionamento entre órgãos colegiados, coordenadorias e departamentos: cooperação, espírito de equipe, profissionalismo e comunicação adequada;
- No relacionamento com outras instituições: responsabilidade, independência e transparência;
- Na sociedade: participação e prestação de serviços à comunidade;
- E, em todas as circunstâncias, agir com amor, que é o vínculo da perfeição.

A Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio, no âmbito de seu Curso de Pós-Graduação em Gestão e Marketing para Profissionais Liberais, concretiza e consolida esses valores por meio de uma prática pedagógica que:

- Tem como característica essencial a aquisição, por seus alunos, de um Código de Ética baseado nos ditames da consciência e do bem, que reflitam os valores morais exarados nas Escrituras Sagradas, voltados para um desempenho crítico e eficaz da cidadania;
- Forma cidadãos responsáveis, capazes de exercer a liderança de grupos sociais em que venham a atuar, buscando soluções éticas, criativas e democráticas, capazes de superar os problemas com os quais venham a se defrontar;
- Forma profissional com inteligência autônoma, que se utilize de um diálogo crítico com a realidade social, culminando com a prática do “aprender a pensar” voltada à ação concreta e empreendedora;
- Ensina criticamente a seus alunos, de forma contínua, o conhecimento atualizado das diversas áreas do saber;
- Orienta as ações sociais, buscando a consciência crítica e a participação dos diferentes grupos, rumo ao desenvolvimento humano.

V. OBJETIVOS DO CURSO

OBJETIVO GERAL:

O objetivo geral do curso de especialização em Gestão e Marketing para Profissionais Liberais é entender o mercado e sua movimentação, bem como



estar apto a aplicar ferramentas de gestão e de marketing que maximizem resultados financeiros e operacionais.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Apresentar os fundamentos da gestão e sua evolução até os dias atuais;
- Discutir as principais ferramentas de gestão e sua aplicabilidade;
- Entender e aplicar os conceitos e ferramentas de Marketing, com ênfase em casos reais, habilitando o aluno ao seu uso imediato na organização em que ele atua ou que virá a atuar;
- Identificar oportunidades de atuação e de negócios;
- Possibilitar o desenvolvimento de estudos de mercado e de planos de marketing nas organizações de que façam parte;
- Capacitar o aluno para a tomada de decisão e a gestão inovadora de forma que o mesmo tenha o instrumental necessário para um posicionamento competitivo no mercado de trabalho.

VI. PÚBLICO-ALVO

O curso está voltado para portadores de diploma de Curso de Graduação em Administração, Ciências Contábeis, Direito, Engenharia, Economia, Medicina, Odontologia e outros cursos, cujos profissionais atuem em áreas de prestação de serviços, quer individualmente, de forma autônoma, quer em pequenas empresas.

VII. CONCEPÇÃO DO PROGRAMA

O curso foi concebido com o objetivo de capacitar profissionais interessados em melhorar sua performance gerencial, proporcionando entendimento geral das quatro macro áreas da administração, a saber, Financeira, Logística, Pessoas e Marketing, com foco maior nesta última, bem como desenvolver a capacidade e habilidade para pensar e decidir, através da utilização das ferramentas oferecidas ao longo do curso.

Objetiva, ainda, estimular a reflexão e discussão entre Teoria x Prática, proporcionando a troca de experiências referente às questões profissionais, ampliando o conhecimento relativo à evolução dos negócios, com visão de mercado global.



Nesse sentido, o curso de Gestão e Marketing para Profissionais Liberais busca apresentar aos alunos conhecimento acadêmico e prático que lhes permitam postura crítica quanto ao uso de procedimentos adotados nas áreas de estudo do curso, possibilitando aos profissionais visão adequada e atualizada das técnicas utilizadas em seus respectivos segmentos, através da exposição fundamentada em bibliografia atualizada específica, exercícios práticos, estudos de casos e demais recursos.

	DISCIPLINAS	C/H
1	Economia e Tendências de mercado	24h/a
2	Fundamentos e Ferramentas de Gestão	24h/a
3	Fundamentos de Marketing e Marketing de Serviços	24h/a
4	Técnicas de Negociação e Vendas	24h/a
5	Contabilidade e Gestão de Custos	24h/a
6	Marketing Pessoal, Gestão de Produtos e de Marcas	24h/a
7	Pesquisa de Marketing e Inovação	24h/a
8	Comportamento do Consumidor e Gestão de Relacionamentos	24h/a
9	Comunicação com Mercado	24h/a
10	Empreendedorismo e Inovação	24h/a
11	Direito do Consumidor	24h/a
12	Matemática Financeira e Análise de Investimentos	24h/a
13	Gestão de Estoque, Distribuição e Logística	24h/a
14	Metodologia de Pesquisa	24h/a
15	Plano de Negócios	24h/a
	TCC	- x -
		360h/a

VIII. COORDENAÇÃO

Prof. Mestre Leonardo Menezes Paiva

Experiência acadêmica e profissional:

Bacharel em Administração de Empresas, Pós-graduação em Marketing, Pós-graduação em Economia e Mestrado em Economia e Gestão Empresarial. Tem experiência na área de Administração, Marketing e RH. Foi Coordenador dos



cursos de Administração, Logística e Contabilidade no SENAC RIO por 07 anos, professor dos Cursos de Administração e RH no Centro de Ensino Superior de Valença – FAA – Valença por 02 anos.

Atualmente é professor nos cursos de graduação em Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Economia na Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio.

Professor em instituições de ensino superior desde 2009, palestrante e consultor de empresas desde 2007.

Telefone: (21) 98124-1009 E-mail: leonardomktrh@gmail.com

Titulação: Mestre em Economia e Gestão Empresarial

IX. CARGA HORÁRIA TOTAL

Curso Presencial. Em sala de aula (aulas expositivas): 360 horas/aula, não incluídas as horas necessárias para consecução do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

X. PERÍODO e PERIODICIDADE

No curso proposto, as aulas têm duração aproximada de 18 (dezoito) meses, sendo 15 (quinze) com aulas presenciais e 3 (três) para desenvolvimento e orientação do TCC.

Horário das Aulas; 19 às 22h, duas vezes por semana.

XI. RELAÇÃO ENTRE O PERFIL ACADÊMICO/PROFISSIONAL DO DOCENTE E A DISCIPLINA QUE O MESMO MINISTRARÁ

Todos os docentes têm atuação prática relevante nas áreas de Administração de empresas e/ou gestão de recursos e em marketing de serviços.

XII. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. ECONOMIA E TENDÊNCIAS DE MERCADO

EMENTA: As bases demográficas da Economia. Estruturas de mercado. Fundamentos da análise macroeconômica. Problemas macroeconômicos. As concepções e as leis da economia. A teoria do valor. A teoria do consumidor. A teoria da produção. Evolução da economia brasileira. Contabilidade social. Moeda, juros e renda. Inflação. Equilíbrio geral. Política econômica. O papel do governo. Tópicos contemporâneos em economia.



2. FUNDAMENTOS E FERRAMENTAS DE GESTÃO

EMENTA: Conceitos básicos de administração, seus fundamentos. As funções da administração. A administração e a busca por vantagem competitiva. A administração e no novo cenário de negócios. A evolução teórica da administração. Ambiente externo. Fundamentos da tomada de decisão. Liderança nas organizações. Abordagens da liderança. Planejamento e gestão estratégica. Áreas da administração: Marketing, Recursos Humanos, Finanças e Produção. Ferramentas de análise. Análise SWOT, Modelo das 5 Forças de Porter, Balance Score Card.

3. FUNDAMENTOS DE MARKETING E MARKETING DE SERVIÇOS

EMENTA: Contexto e evolução dos serviços. Base conceitual do Marketing de Serviços. Características e classificação dos serviços. Serviço como elemento do Marketing-Mix. Serviços com foco do cliente: comportamento, expectativas e satisfação. Sistema de entrega de serviços. Qualidade em serviços. Segmentação, posicionamento e análise da oferta. Concorrência. O composto de Marketing e as estratégias competitivas. Comunicação Integrada em serviços. Relacionamentos com clientes, reclamações e recuperação em serviços. Precificação de serviços.

4. TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO E VENDAS

EMENTA: Técnicas de vendas em diferentes tipos de negócios e organizações. Remuneração da força de vendas e a otimização de resultados em vendas. Motivação e remuneração em vendas. Vendas como processo. Etapas e fatores. Planejamento de vendas. Qualidade em processos de vendas. A integração entre o plano de marketing e o planejamento das vendas. Metodologia para planejamento de vendas. Oportunidades de mercado e previsão de vendas. Projetos em vendas e promoção de vendas.

5. CONTABILIDADE E GESTÃO DE CUSTOS

EMENTA: Contabilidade: conceitos e finalidades; O patrimônio: conceito, estrutura e variações; Origens aplicações de recurso; Atos e fatos administrativos; Escrituração; Débito e Crédito; Contas: conceitos e classificação; Plano de contas; Noções das operações típicas de uma pequena empresa; Registros contábeis. Conceitos, classificações e nomenclaturas de custos; departamentalização e centro de custos; definição de bases de rateio e metodologia de aplicação de custos indiretos; custos de materiais diretos; custos de mão-de-obra; custeio baseado em atividade (Activity Based Costing); Análise Custo, Volume e Lucro; ponto de equilíbrio, Efeitos dos Tributos sobre custos e preços, formação de preços.

6. MARKETING PESSOAL, GESTÃO DE PRODUTOS E DE MARCAS



EMENTA: O profissional como marca. Postura e etiqueta profissional. O enfoque da disciplina está no entendimento de que cada profissional é uma marca. Conceituação de marca. Marca para estratégias lucrativas. Marca como diferencial em serviços. Construção de marca. Atributos de marca. Brand Equity.

7. PESQUISA DE MARKETING

EMENTA: Conceituação de pesquisa. Sistema de Informação de Marketing; Pesquisa em Marketing; Tipos de pesquisa – Quantitativas e Qualitativas; Elaboração de projeto de pesquisa; Formas de coleta de dados; Amostragem – tamanho e processo; Elaboração de instrumentos de coleta de dados; Análise dos dados; Apresentação de resultados.

8. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E GESTÃO DE RELACIONAMENTOS.

EMENTA: O foco desta disciplina é propiciar ao aluno ampla compreensão dos fatores que influenciam no processo de compra. A abordagem central é a de mostrar como os consumidores podem ser persuadidos pelas ações mercadológicas a priorizar a oferta de uma empresa frente à de outra. Valor do cliente no tempo. Tecnologias para relacionamento.

9. COMUNICAÇÃO COM MERCADO

EMENTA: Objetivos e processo da Comunicação. Barreiras e obstáculos à Comunicação. Comunicação organizacional interna e externa – significado, importância e aplicação. Publicidade e Propaganda. Canais de comunicação. Os códigos de ética profissionais. Relações Públicas. Assessoria de Imprensa. Site e comunicação na internet. As principais redes sociais e sua aplicabilidade para o negócio.

10. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

EMENTA: O enfoque da disciplina é o de oferecer aos alunos instrumentos para identificação de oportunidades de novos negócios, bem como apresentar os recursos e etapas necessárias para o seu desenvolvimento de forma diferenciada. Conceitos de inovação. Ferramentas de inovação e desenvolvimento de mentalidade inovadora.

11. DIREITO DO CONSUMIDOR

EMENTA: Noções introdutórias: conceitos de consumidor, fornecedor e formação da relação de consumo. Direitos básicos dos consumidores e princípios fundamentais, da qualidade dos produtos e serviços e a proteção do consumidor. Responsabilidade civil pelo fato e pelo vício do produto e do serviço. Defeito do produto/serviço. Excludentes da responsabilidade civil no CDC. Riscos de desenvolvimento. O Estado como fornecedor. Desconsideração da personalidade



jurídica. As práticas abusivas no mercado de consumo. Os bancos de dados do consumo. A proteção contratual no código de defesa do consumidor. O código de defesa do consumidor

12. MATEMÁTICA FINANCEIRA

EMENTA: Juros Simples e Compostos. Formas de descontos dos vários títulos. Sistemas de Amortização de Financiamento. Critérios de Avaliação Econômica. Tributos e Custos de Financiamentos.

13. GESTÃO DE ESTOQUE, DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA

EMENTA: Logística: Introdução, histórico e conceito. Previsão e abastecimento. Desabastecimento. Valor e Custos logísticos. Controle e custo de estoques. Logística integrada. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos. Importação: custos, riscos e trâmites legais.

14. METODOLOGIA DE PESQUISA

EMENTA: Ciência: senso comum e ciência, tipos de conhecimento, método científico, ciência e espírito científico. Introdução ao planejamento da pesquisa científica (finalidades, tipos, etapas, projeto e relatório). Orientação para apresentação pública de trabalhos de pesquisa. Introdução ao estudo da elaboração de monografias e textos científicos.

15. PLANO DE NEGÓCIOS

EMENTA: Conceito de negócio. Análise de Oportunidade. Estrutura de um Plano de Negócio. Análise de Ambiente e Mercado. Planejamento e Processo decisório. Estrutura de Recursos Humanos. Negociação. Construção e montagem de um Plano de Negócios. Políticas e estratégias para empreendimentos emergentes. Mudança e adaptabilidade.

16. TCC

Unidade para orientação com vistas ao desenvolvimento e apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso.

XIII. CORPO DOCENTE SUGERIDO

DISCIPLINA	DOCENTE	TITULAÇÃO
Economia e Tendências de mercado	Marcelo Brum	Pós-doutor
Fundamentos e Ferramentas de Gestão	Ednelson Santos	Mestre



Fundamentos de Marketing e Marketing de Serviços	Joni Raugust	Mestre
Técnicas de Negociação e Vendas	Suely Motta	Mestre
Contabilidade e Gestão de Custos	Leonardo Santoro	Mestre
Marketing Pessoal, Gestão de Produtos e de Marcas	Benedito Cantanhede	Mestre
Pesquisa de Marketing e Inovação	Eduardo Neves	Mestre
Comportamento do Consumidor e Gestão de Relacionamentos	André Acioli	Mestre
Comunicação com Mercado	Jacqueline Sobral	Mestre
Empreendedorismo e Inovação	Gabriel Segalis	Mestre
Direito do Consumidor	Fabio Queiróz	Especialista
Matemática Financeira e Análise de Investimentos	Ivan Atherino	Mestre
Gestão de Estoque, Distribuição e Logística	Alberto Amorim	Mestre
Metodologia de Pesquisa	Patricia Figueredo	Doutora
Plano de Negócios	Fabio Brandão	Mestre

MARCELO BRUM - Graduação em Ciências Contábeis - Universidade do Rio de Janeiro (1992). Mestrado em Ciências Contábeis - UFRJ (1995). Doutorado em Ciências Econômicas - The University of Michigan (2000). É sócio-fundador da BestExecutivos Consulting. Atuou como executivo master (CEO e CFO) nas empresas The Coca-Cola Company, IBM e Microsoft. É professor titular dos cursos de Graduação e Pós-Graduação em Ciências Econômicas e Ciências Contábeis da Fundação Getúlio Vargas (F.G.V.) e do IBMEC. Coordenador dos cursos de Pós-Graduação das Faculdades de Educação Tecnológica do Estado do Rio de Janeiro - FAETERJ. Diretor Acadêmico da Faculdade Unilagos - RJ. Tem experiência na área de Economia, com ênfase em Economia Internacional, Planejamento Estratégico e Sistemas Econômicos Aplicados. Tem experiência na área de Ciências Contábeis, com ênfase em Sistemas de Custos, Contabilidade Internacional e Estrutura e Análise de Demonstrações Contábeis. <http://lattes.cnpq.br/5277340155501867>

EDNELSON SANTOS - possui graduação em Administração de Empresas pela Faculdade Moraes Junior (2000) e mestrado em Administração pelo Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais- IBMEC (2004). Atualmente trabalha na DRPS-Diretoria da Rede de Postos da Petrobras Distribuidora, na gestão do relacionamento com a cadeia de distribuição. Trabalhou como Coordenador Acadêmico do curso de Administração na Faculdade Mackenzie Rio e como Coordenador Geral da Graduação em Administração da Universidade do Grande Rio. Na Faculdade São Camilo é professor das disciplinas Administração da Produção e Administração de Marketing e dos cursos de MBA Auditoria em Sistemas de Saúde e MBA Gestão Avançada de Saúde. Professor da FGV Management, nas disciplinas Gestão da Qualidade e Processos e Gestão de Operações. <http://lattes.cnpq.br/4301962153610168>

JONI RAUGUST - Doutorando em Administração no PPGA/UNIRANGRIO RJ. Mestre em Gestão Empresarial pela EBAPE Fundação Getúlio Vargas (2012). Graduado em



Administração pela Faculdade Portoalegrense de Ciências Contábeis e Administrativas FAPCA (1986). Professor universitário no IBMR RJ (Centro Universitário Hermínio da Silveira). Professor no MBA em Marketing da FGV RJ. Professor do MBA em Marketing da ESPM RJ. Tem experiência na área de Administração, atuando principalmente nos seguintes temas: estratégias, planejamento, marketing, cultura de consumo, comunicação, pesquisa de mercado e comportamento do consumidor. <http://lattes.cnpq.br/8232805495723716>

SUELY MOTTA - Mestre em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas (2003), atua como professora de graduação em Administração na FRASCE, tutora virtual pela UNIVESP e Consultora Empresarial. Experiência em elaboração de material didático para EAD (Educação a Distância) e tutoria de cursos on-line (graduação, MBA e pós-graduação). Experiência e interesse na área de Gestão de Pessoas, onde se especializou e busca pesquisar e aprofundar-se principalmente nas seguintes temáticas: Educação e desenvolvimento humano, Gestão e formação de pessoas, Empreendedorismo e Marketing, Qualidade de vida no trabalho e Responsabilidade social. Aulas de Marketing, Fundamentos de Administração e Teorias da Administração. <http://lattes.cnpq.br/3500022362746491>

LEONARDO SANTORO – Mestre em Administração e Desenvolvimento Empresarial pela Universidade Estácio de Sá, Graduado em Administração pela Faculdade Mackenzie Rio e Graduado em Ciências Contábeis pela Faculdade Moraes Junior. Coordenador adjunto do curso de Administração da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio, onde leciona nas disciplinas Contabilidade e Análise de Custos, Matemática Financeira, Informática Aplicada a Contabilidade e Jogos e Simulações de Negócios e também cuida do Serviço de Atendimento ao Egresso. Já atuou como professor em graduação EAD tendo grande experiência no uso da plataforma Moodle. É sócio da empresa Pensarmais onde atua como instrutor em cursos de Excel Empresarial. Atuou em empresas nas áreas financeira e de produção. <http://lattes.cnpq.br/4710073933925724>

BENEDITO CANTANHEDE – Possui graduação em PUBLICIDADE E PROPAGANDA pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (1988) e Pós-Graduação em MARKETING pela Universidade Estácio de Sá (2004). Atualmente é professor do IBMR LAUREATE UNIVERSITIES. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Marketing, Publicidade e Propaganda. <http://lattes.cnpq.br/0902167841077536>

EDUARDO NEVES – Mestre em Tecnologia (Gestão em Engenharia) pelo Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET-RJ), possui graduação em Ciências Navais pela Escola Naval (1997), com ênfase em Engenharia Eletrônica, área em que possui Especialização (630h). É professor do IBMEC (Soluções Corporativas, Pós). Também é professor de graduação dos cursos de Administração, Relações Internacionais, e Propaganda e Publicidade do IBMR - Laureate International Universities, onde recebeu Prêmio de Mérito Acadêmico Laureate 2013, concedido ao professor 1º colocado no processo de avaliação acadêmica do IBMR Laureate International Universities, premiado com curso na Santa Fé University of Art And Design - USA (concluído em julho de 2013). Também possui graduação em Teologia (2011) no SBAW, onde defendeu seu bacharelado com a monografia intitulada A origem da Administração no Pentateuco. Aprovações recentes em Concursos Públicos: Aprovado no Concurso (nível superior) Público para Controlador Interno da Controladoria Geral do Município, em dezembro de 2015, disponível no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro de 17.12.15; Em 2013 obteve as seguintes aprovações em concurso público: Analista de Gerenciamento de Projetos e Metas, dos 5.092 candidatos, conquistou a sexagésima oitava (68) posição. (Disponível no Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro de 12.11.13);



Aprovado no Concurso Público para o cargo de Especialista em Políticas Públicas e Gestão Governamental do Governo do Estado do Rio de Janeiro. conquistou a sexagésima (60) posição. (Diário Oficial do Estado do Rio de Janeiro em 10 de dezembro de 2013). Participa ativamente da criação de seminários de inovação e tecnologia, como o Seminário de Inovação e Marketing (SIM) 2014, Rio e Recife, de propriedade da agência TACT Rio. Foi Professor e Coordenador do Curso de Pós Graduação da Faculdade Salesiana (unidades avançadas - Rio de Janeiro). Foi Coordenador Adjunto dos Cursos de Administração e Marketing do Centro Universitário da Cidade, coordenador de Atividades Complementares e Coordenador do Núcleo de Prática de Gestão e Pesquisa do curso de Administração da mesma IES. <http://lattes.cnpq.br/3515266847512504>

ANDRÉ ACIOLI – Possui graduação em Administração pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1992), graduação em Licenciatura em Educação Física pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (1985) e Mestrado pelo Instituto Coppead de Administração/UFRJ (1999). Atua como docente em instituições de ensino superior desde 2001, palestrante e consultor de empresas, tendo sido Coordenador do Curso de Tecnologia em Recursos Humanos do IBMR-Laureate e do Núcleo Pós-graduação e Extensão do Mackenzie Rio. Tem experiência nas áreas de Administração, Marketing, Gestão e Desenvolvimento. <http://lattes.cnpq.br/3664634531393756>

JACQUELINE SOBRAL – Doutoranda em Educação pela PUC-RJ; Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM-SP; possui MBA em Marketing pela FGV e Pós-Graduação em Relações Internacionais pela Universidade Cândido Mendes. É Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Atualmente, é professora convidada do IBMEC Online (disciplinas de gestão de marketing, marketing de relacionamento e gestão de pessoas), e da FGV (disciplina de técnicas de comunicação e marketing empresarial do curso de Pós-Graduação de Administração); além de professora de graduação do IBMR, nos cursos de Administração, Jornalismo, Marketing e Publicidade e Propaganda, e da Unicarioca, nos cursos de Jornalismo e Publicidade. Escreve periodicamente para a Revista Melhor Gestão de Pessoas, da Editora Segmento. Foi assessora de imprensa e gerente de comunicação corporativa da FGV por oito anos, coordenadora de comunicação da Escola de Negócios da PUC-Rio (IAG), repórter de economia do Jornal do Brasil e do Jornal do Commercio (RJ); redatora, repórter, produtora e locutora da rádio CBN, tendo atuado também como editora de texto da Globonews. <http://lattes.cnpq.br/7104868933725674>

GABRIEL SEGALIS – Mestrado em Gestão Empresarial pela FGV. Tem experiência em comércio exterior, marketing internacional e logística internacional. Consultor do Centro Internacional de Negócios/RJ e da Confederação Nacional da Indústria para o projeto Exporta /CIN. Palestrante em mais de 300 cursos abertos e In company no Brasil e no exterior. É professor na área de relações internacionais e comércio exterior em instituições de ensino superior. <http://lattes.cnpq.br/2829898878229811>

FÁBIO QUEIRÓZ – Advogado. Especialista em Direito do Consumidor. Presidente da Associação de Supermercados do Rio de Janeiro (ASSERJ).

IVAN ATHERINO – Graduado em DIREITO (2000) e em Ciências Econômicas (1980) pela Universidade Cândido Mendes; Especialização em economia EPGE/FGV; MBA-Finanças pelo IBMECRJ, Mestrado em Administração pelo IBMEC-RJ. <http://lattes.cnpq.br/2023286962894177>



ALBERTO AMORIM – Mestre em Economia Empresarial, graduado em Administração e Comércio Exterior, sócio da Trends Consulting ? Consultoria em Gestão Empresarial, docente em Universidades, nas áreas de Comércio Exterior, Economia e Finanças, e membro do Conselho Fiscal da Agência de Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro. Desde 1968, foi Gerente Geral do Banco do Nordeste do Brasil, Diretor Executivo do Forex Brasileiro e Superintendente Financeiro da Companhia Docas do Rio de Janeiro, porém sempre atuando paralelamente no magistério, objetivando compartilhar suas experiências da prática profissional com a teoria da sala de aula. <http://lattes.cnpq.br/6972176138803056>

PATRICIA FIGUEREDO – Possui Doutorado em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (2006), Mestrado em Psicologia (Psicologia Social) pela Universidade Gama Filho (2000). Atuou como professora Assistente da UNISUAM, nos anos de 2014 e 2015 e como professora auxiliar do Centro Universitário Celso Lisboa, de 2012 a 2017. Também atuou como professora de pós-graduação no curso de Psicologia Hospitalar da Universidade Veiga de Almeida e como professora de graduação da UNICARIOCA, tendo sido ainda Coordenadora do Núcleo de Pesquisa da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio do ano de 2006 ate 2013. Atualmente atua como professora Assistente 1 da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio. Atua também como Representante Docente da Comissão Própria de Avaliação (CPA) da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio. Atua ainda como Psicóloga Clínica, com formação na Abordagem Centrada na Pessoa (ACP), atendendo, adolescentes, jovens e adultos. Além disso, faz supervisão clínica com base na ACP. Tem experiência na área de pesquisa, com ênfase em Psicologia Social e Psicologia Organizacional, atuando principalmente nos seguintes temas: stress, qualidade de vida, habilidades sociais, padrões de beleza e mídia, cultura organizacional, dentre outros. <http://lattes.cnpq.br/3571027737016092>

FABIO BRANDÃO – Professor FÁBIO DE SOUZA BRANDÃO Mestre em Administração (UNIGRANRIO), Especialista em Administração Estratégica e Docência do Ensino Superior (UNESA), Bacharel em Administração (UNESA). Membro da Comissão de Marketing do Conselho Regional de Administração - CRA/RJ N° 20-68396. Professor TI do Instituto Brasileiro de Medicina e Reabilitação ? IBMR (Laureate International Universities), responsável pelos projetos de estágio, atividades complementares e empresa júnior. Atualmente leciono nos Cursos de Administração e Recursos Humanos (IBMR). Professor do curso de Administração e Tecnólogo de Recursos Humanos (UNIGRANRIO). Professor também do curso de Administração e Tecnólogo de Recursos Humanos da (FMP/FASE) Petrópolis. <http://lattes.cnpq.br/7228901426234853>

XIV. METODOLOGIA

O curso será executado por profissionais de ensino que também possuem experiência prática, sendo a proposta de trabalho desenvolvida com um misto de pesquisa e prática. Serão realizadas aulas expositivas, compostos por conteúdos teóricos e práticos (estudos de caso) utilizando recursos multimídia (Datashow e computadores) e outros recursos de auxiliem no desenvolvimento da aula. Os professores desenvolverão trabalhos individuais e em grupos para orientar os



alunos na aplicação dos conhecimentos adquiridos em cada módulo, fazendo sempre a conexão entre teoria e prática, sendo o foco da monografia balizado em revisão bibliográfica e estudo de casos práticos nas áreas do curso.

O curso poderá contar com atividades extra-classe, como trabalhos de campo, visitas técnicas (quando aplicável) e, realização de seminários e redação de artigos científicos.

XV. INTERDISCIPLINARIDADE

O curso é naturalmente interdisciplinar. A busca interdisciplinaridade cabe ressaltar, é um dos objetivos da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio. Na junção dessas duas áreas o curso proporciona uma total interdisciplinaridade de conceitos e técnicas capazes de habilitar os alunos a atuarem com desenvoltura nessas áreas.

XVI. ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Inobstante não haver uma exigência de atividades complementares, os alunos são incentivados a participar de eventos da Faculdade (palestras e seminários), bem como em outras instituições.

XVII. TECNOLOGIA

O curso terá disponível recursos de audiovisual, tais como: Datashow, TV, vídeo, DVD, projetor multimídia, bem como material de apoio que será distribuído por meio eletrônico entre professores e alunos e/ou por grupo criado na internet com esse objetivo.

XVIII. INFRAESTRUTURA FÍSICA

O curso conta com salas de aula amplas, arejadas e bem estruturadas, com sistema de refrigeração central, com quadro-branco e carteiras estofadas e acolchoadas. Acesso livre às dependências da Biblioteca da Faculdade (inclusive sala de estudos individuais e em grupo), bem como aos Laboratórios de Informática da Instituição.

BIBLIOTECA: O acervo está em permanente complementação com a aquisição de novos títulos para atender à bibliografia básica das disciplinas, incluindo textos atualizados das diferentes disciplinas, obras de referência, bem como a assinatura de revistas científicas e programas online da área de Ciências Contábeis. A tipologia do material bibliográfico é a seguinte: Obras de referência (dicionários



técnicos especializados, enciclopédias, glossários); Livros e manuais técnicos; Periódicos nacionais e estrangeiros; Produção intelectual; Normas técnicas; Catálogos técnicos e publicações seriadas.

LABORATÓRIOS: A comunidade acadêmica dispõe de 03 laboratórios de informática. Estão disponíveis os softwares, para apoio acadêmico e administrativo, todos devidamente registrados e licenciados, na forma da lei. Os laboratórios assegurarão acessos diários, de 2ª a 6ª feira das 07h às 22h, para que os docentes e discentes tenham plenas condições de desenvolvimento de seus estudos, práticas investigativas, trabalhos, consultas e serviços e cursos de extensão.

XIX. CRITÉRIO DE SELEÇÃO

O pré-requisito essencial para a admissão nos cursos de Pós-graduação da FPM RIO é possuir diploma de graduação em qualquer curso superior. Adicionalmente é exigido um currículo atualizado como critério adicional de seleção, que será utilizado eventualmente em entrevista com o coordenador do curso no caso de procura superior à oferta de vagas. Ao matricular-se o aluno estará aceitando as normas estabelecidas pelo Regulamento Interno e Regulamentos da FPM RIO. Cada disciplina do curso terá sua avaliação própria. Caso o aluno seja reprovado em uma disciplina, por insuficiência de nota ou de presença, terá de repeti-la em um outro curso que venha a ser programado.

O encerramento das inscrições acontecerá no mínimo uma semana antes do início do Curso.

Documentação necessária: Currículo Vitae resumido, Cópias do RG, CPF e do Diploma ou Certificado de Conclusão e do Histórico Escolar da Graduação; Duas cartas de Recomendação de professores ou de profissionais ligados à área de atuação do candidato.

XX. SISTEMAS DE AVALIAÇÃO

A Coordenação do Curso entende avaliação como processo, diferente do julgamento e o medir sustentados pela concepção tradicionalista de educação, um convite/desafio, portanto, à mudança. Assim sendo, em seguida serão apresentadas as propostas de avaliação pedagógica e avaliação institucional que sustentam este curso.

Avaliação Pedagógica



As avaliações por disciplinas serão entendidas como processo, dando liberdade a cada professor de junto aos alunos estabelecer critérios de avaliação do conteúdo, utilizando principalmente uma ou mais de uma forma de avaliação, dentre as quais: provas, trabalhos individuais, trabalhos em grupo, apresentação de seminários, artigos científicos e participação do aluno nas atividades acadêmicas.

Avaliação Institucional

Os alunos irão avaliar a composição e desempenho do corpo docente, em três momentos específicos, ou seja, no final da parte introdutória, no final da parte de auditoria e no final do curso. Irão também avaliar a infraestrutura física e o atendimento administrativo prestado pela instituição e pela Coordenação do Curso.

XXI. CONTROLE DE FREQUÊNCIA

A frequência (75%) será considerada na conclusão de cada disciplina através do diário de classe. Será aprovado o aluno que, além da frequência mínima mencionada e que através das avaliações a que for submetido, obtenha nota igual ou superior a 7,0 (sete) em cada disciplina, bem como na monografia.

Mecanismo de Gestão e Avaliação:

- A verificação da aprendizagem escolar deve priorizar sua função constitutiva, isto é, diagnóstica, sempre na perspectiva de inclusão do aluno na direção de obter, cada vez mais, melhores resultados no processo de construção do seu aprender e do seu saber, entendido este processo enquanto ato que o sujeito exerce sobre si mesmo.
- Os graus poderão variar de 0 (zero) a 10 (dez), aceitando-se, apenas, aproximação de décimos, ou seja, apenas de uma casa decimal. Havendo apenas uma avaliação individual, que deverá ser formal e documentada, esta será a Nota Final da disciplina/módulo.
- O aluno será considerado aprovado se:
 - Obtiver frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) nas atividades acadêmicas de cada disciplina/módulo (critério de assiduidade); e
 - A nota final que expressar o aproveitamento do processo de ensino-aprendizagem for igual ou superior a 7,0 (sete) em cada disciplina ou módulo e, inclusivamente, no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), no Projeto Final (PF) ou na Monografia (M) (critério de aproveitamento do processo de ensino-aprendizagem).



XXII. TRABALHO DE CONCLUSÃO

Trabalhos individuais, podendo ser um Artigo Científico, uma Monografia Científica ou um Plano de Negócios, em virtude da natureza teórico-prática proposta pelo curso.

O TCC será realizado pelo aluno sob a orientação de um professor qualificado e integrado ao corpo docente do curso.

O TCC só poderá ser avaliado após a conclusão das diferentes disciplinas.

O tema do TCC deverá estar relacionado às áreas do curso ou à atividade laborativa/ empresa do aluno, sendo o orientador profissional detentor de conhecimentos necessários à tal orientação.

A orientação metodológica do TCC obedecerá às normas trabalhadas na disciplina Metodologia Científica, observando-se os critérios oficiais adotados.

O TCC será avaliado pelo professor orientador a partir de dois vetores principais: a atualização do tema no momento presente e a revisão bibliográfica de qualidade no desenvolvimento e apresentação do trabalho.

Após a conclusão do TCC pelo aluno, uma cópia ficará arquivada na Biblioteca devidamente registrada para ser consultada por todo o corpo discente dos diferentes cursos da instituição e de outras instituições, bem como pela comunidade em geral.

O TCC obedecerá ao estabelecido nas Instruções Normativas da Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio.

XXIII. CERTIFICAÇÃO

De acordo com as exigências da legislação educacional (Resolução CNE/CES nº 1 de 03 de abril de 2001), o aluno deverá elaborar um Trabalho de Conclusão de Curso. Atendidos os requisitos do curso, será oferecido um Certificado de Pós-graduação *Lato Sensu* terão validade nacional, emitido pela Faculdade Presbiteriana Mackenzie Rio.

Rio de Janeiro, 28 de fevereiro de 2018.