



Ficha 2 (variável)

Disciplina: Pesquisa Científica em Administração - NOTURNO		Código: SA098 / SA108	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular	
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial Parcialmente EAD: _____ *CH	<input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/>
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB):	Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)			
*Indicar a carga horária que será à distância.			
EMENTA			
<p>1. PESQUISA CIENTÍFICA EM ADMINISTRAÇÃO: PESQUISA TRADICIONAL AND PESQUISA COM O AUXÍLIO DE IA 2. O PAPEL DO PESQUISADOR NA ACADEMIA E NA SOCIEDADE: PROCESSOS NA FORMAÇÃO DO PESQUISADOR 3. GRANDES DESAFIOS DA SOCIEDADE: TEMAS DE PESQUISA – CONSTRUINDO TEMAS DE PESQUISA 4. ETAPAS E MÉTODOS DE PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO 5. APRESENTAÇÃO DE PROJETOS DE PESQUISA</p>			

PROGRAMA

Esta disciplina abordará a pesquisa em administração por meio do estudo de métodos como análise de conteúdo, pesquisa bibliográfica estruturada, integrativa e sistemática, análise de discurso, etnografia, mapas cognitivos, casos múltiplos e grupos de foco. Serão explorados temas e problemas de pesquisa relevantes e atuais. Serão apresentadas as possibilidades de carreira do pesquisador em administração e a sua importância na resolução de grandes desafios da sociedade. Também será tema de discussão o uso de Inteligência Artificial na pesquisa científica.

OBJETIVO GERAL

Apresentar métodos e técnicas de pesquisa em administração que fundamentam a elaboração de projetos e artigos científicos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- A) Explicar a importância da pesquisa em administração e a carreira profissional do pesquisador.
- B) Apresentar as etapas de elaboração de projetos e artigos científicos da administração.
- C) Estudar os diversos métodos de pesquisa em administração.
- D) Investigar problemas de pesquisa da administração.
- E) Utilizar base de dados científicas como SCOPUS e Web of Science.
- F) Compreender grandes desafios da sociedade por meio de métodos de pesquisa em administração, incluindo-se o emprego de tecnologias de inteligência artificial.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas presenciais, podendo haver aula remota na forma de orientações, desde que comunicado pelo professor em sala de aula, apresentação de conteúdos pelo professor, estudos e discussões em grupos, análises críticas e estudos de casos, além do uso de IA para testar a construção de temas, problemas, lacunas, objetivos e métodos de pesquisa.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Prova Individual (50 pts) + Trabalho Final em Grupos (50 pts).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- 1) VERGARA, S.C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 8a Ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- 2) VERGARA, S.C. **Métodos de pesquisa em administração**. 2a ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- 3) GIL, A.C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- 4) GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5a ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- 5) COLLIS, J. & HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração: Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2a Ed. São Paulo: Bookman, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

HART, S. L. & MILSTEIN, M. B. **Criando Valor Sustentável**. RAE Executive, v.17, p.2, 56-69, 2003.

<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/view/34820/33619>

N A T U R A . **Relatório Integrado Natura & Co – América Latina**. P.1-239, 2021.

https://static.rede.natura.net/html/site_cf/br/07_2022/relatorio_anual/Relatorio_Integrado_Natura_Co_America_Latina_2021_VF_28.7.pdf

NATURA. **Carbono Neutro**. (Caso). Entregue pelo professor como PDF.

NATURA. **Agregação de Valor na Castanha do Brasil**. (Caso). Entregue pelo professor como PDF.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Transformando Nossa Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**, 2015, <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-09/agenda2030-pt-br.pdf>



Documento assinado eletronicamente por **FARLEY SIMON MENDES NOBRE, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 10/12/2025, às 19:38, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8462133** e o código CRC **C55F4D99**.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
DISCIPLINA DE TÓPICOS ESPECIAIS EM ANÁLISE ORGANIZACIONAL
PROFESSOR: Dr. ACYR SELEME

PROGRAMA DA DISCIPLINA

OBJETIVO

Investigar situações de interesse/problemas organizacionais a partir do método da Dinâmica De Sistemas.

CONTEÚDOS

1. Entender a linguagem e o método da dinâmica de sistemas e
2. Aplicar o método de dinâmica de sistemas em realidades organizacionais específicas

DINÂMICA

Aulas expositivas com avaliação de casos. Trabalho de campo.

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

AVALIAÇÃO INDIVIDUAL: 40% E 60 % TRABALHO FINAL.

CRONOGRAMA DOS ENCONTRO

DATAS	CONTEÚDOS A SEREM TRATADOS:	APLICANDO O MÉTODO
S1 26/02	APRESENTAÇÃO GERAL DA FORMA E CONTEÚDOS DA DISCIPLINA	MÉTODO: ler a apostila do método sobre como definir uma situação de interesse para investigação sistêmica. Montar os grupos de trabalho.
S2 05/3	MÉTODO: Iniciando os passos do MÉTODO SISTÊMICO. Situação de Interesse e Narrativa Histórica MÉTODO: critérios essenciais para elaboração de problema apto à investigação sistêmica	MÉTODO: Levantar 3 possíveis problemas de interesse a serem investigados segundo a abordagem de Dinâmica de Sistemas. MÉTODO: Avaliar os 3 possíveis problemas de interesse a serem investigados segundo a abordagem de dinâmica de sistemas SEGUNDO OS CRITÉRIOS ESSENCIAIS.
S3 12/3	MÉTODO: Cada grupo vai apresentar as três opções da trabalho de campo. MÉTODO: como construir uma narrativa histórica	MÉTODO: estruturar a narrativa histórica, identificando seus ingredientes MÉTODO: construir a Narrativa histórica do Problema
S4 19/3	MÉTODO: como enriquecer a narrativa histórica com dados MÉTODO: como retirar variáveis e relações entre variáveis da narrativa histórica do problema	MÉTODO: construir a Narrativa histórica do Problema. Selecionar as variáveis principais e seus gráficos
S5 26/3	NIVELAMENTO EM LINGUAGEM SISTÊMICA	EXERCÍCOS E SALA
S6 26/3	NIVELAMENTO EM LINGUAGEM SISTÊMICA	EXERCÍCOS E SALA
S7 02/4	NIVELAMENTO EM LINGUAGEM SISTÊMICA	EXERCÍCOS E SALA
S8 09/4	AVALIAÇÃO INDIVIDUAL	
S9 16/4	Encontro Individual com Grupos de Campo	Construindo Mapas
S10 23/4	Encontro Individual com Grupos de Campo	Construindo Mapas
S11 30/4	Encontro Individual com Grupos de Campo	Construindo Mapas
S12 07/5	Encontro Individual com Grupos de Campo	Construindo Mapas
S13 14/5	Encontro Individual com Grupos de Campo	Apresentação de Agentes, suas variáveis e Modelos Mentais. Possibilidades de gestão ou ação dos Agentes
S14 21/5	Encontro Individual com Grupos de Campo	Apresentação de Agentes, suas variáveis e Modelos Mentais. Possibilidades de gestão ou ação dos Agentes

S13 28/5	TODOS	Apresentação de Agentes, suas variáveis e Modelos Mentais. Possibilidades de gestão ou ação dos Agentes
S13 11/6	TODOS	Apresentação de Agentes, suas variáveis e Modelos Mentais. Possibilidades de gestão ou ação dos Agentes

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS COMPLEMENTARES

1. SENGE, PETER M. **A Quinta Disciplina: arte e prática da organização que aprende.** Rio de Janeiro: Bestseller, 2009, edição revisada e ampliada.
2. SENGE, Peter M. **A Quinta Disciplina Caderno de Campo.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.
3. STERMAN, John D; MORECROFT, John D. W(Org.). **Modeling for learning organizations.** Portland, OR: Productivity Press, 1994.
4. STERMAN, John D. **Business Dynamics: systems thinking and modeling for a complex world.** Boston, MA: Irwin McGraw- Hill, 2000.
5. ANDERSON, Virginia; JOHNSON, Lauren. **Systems Thinking Basics: From Concepts to Casual Loops.** Waltham, MA: Pegasus Communications, Inc, 1997.
6. FORRESTER, Jay W. **Industrial Dynamics.** Waltham, MA: Pegasus communications, 1990(reprinted).
7. FORRESTER, Jay W. **Principles of Systems.** Waltham, MA: Pegasus communications, 1990(reprinted).
8. MAANI, Kambiz E.; CAVANA, Robert Y. **Systems Thinking and Modelling: understanding change and complexity.** New Zealand: Prentice Hall, 2000.
9. MEADOWS, Donella H. **Thinking in Systems: a primer.** Abingdon, RN: Sustainability Institute, 2009.
10. MORECROFT, John D. W. **Strategic Modelling and Business Dynamics: a feedback systems approach.** John Wiley & Sons, 2007.
11. RICHARDSON, G.P. **Feedback thought in social science and systems theory.** University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 1991.
12. VAN DER HEIJDEN, KEES. **Planejamento por Cenários.** Porto Alegre: Bookman, 2009.
13. WOLSTENHOLME, Eric. **Using generic system archetypes to support thinking and modeling.** *System Dynamics Review.* 20, 341–356, (2004).



PLANO DE ENSINO

DISCIPLINA: COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL N1

IDENTIFICAÇÃO

Disciplina: COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Prof.(a) ACYR SELEME

Pré-requisitos:

Créditos: 4

Carga horária semanal: 4

Carga horária total: 60

OBJETIVO GERAL

Fornecer o suporte teórico-prático que permita aos alunos aprimorar a compreensão do comportamento humano em ambientes organizacionais.

Auxiliar os alunos no conhecimento dos conceitos, abordagens, teorias e pesquisas do campo de estudos do comportamento humano nas organizações, considerando-se desde os modelos clássicos até as novas teorias, tendo em vista sua importância no contexto da sociedade contemporânea e sua relevância para a Administração como área de conhecimento e ação.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Mais especificamente, pretende-se que os alunos:

1. Adquiram conhecimento sobre o campo do Comportamento Organizacional .
2. Conheçam as perspectivas e limitações da área.
3. Interpretem as diferentes concepções e fatores humanos nos ambientes organizacionais.

PROGRAMA

1. Introdução ao Comportamento Organizacional e Comportamento, personalidade e valores individuais

2. Percepção pessoal e dos outros nas organizações
3. Emoções, atitudes e estresse no local de trabalho
4. Motivação do funcionário
5. Tomada de decisão e criatividade
6. Dinâmica de grupo e Comunicação nas equipes e organizações
7. Poder e influência no local de trabalho e Conflitos e Negociação no local de trabalho
8. Liderança nos contextos organizacionais
9. Cultura organizacional

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

- O sistema de comunicação a ser adotado será o Teams, como sistema de repositório, postagens e sistema avaliação.
- Todos os materiais didáticos para as atividades de ensino estarão disponíveis em pastas exclusivas desta disciplina no Teams e
- As mídias e os recursos tecnológicos para as encontros síncronos serão a partir dos recursos do Teams com seu conteúdo devidamente disponibilizado; e dúvidas via email seleme@ufpr.br.

FORMAS DE AVALIAÇÃO (critérios de avaliação e frequência)

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte forma: Duas Avaliações individuais bimestrais valendo o mesmo peso (30% cada), mais as avaliações individuais semanais (a soma delas/número delas valerão 40% da nota final), realizadas no prazo definido (ver CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DA DISCIPLINA abaixo).

A frequencia será controlada pela **entrega** das avaliações individuais semanais e pela participação nas duas avaliações individuais bimestrais.

TIPO DE AVALIAÇÃO	PESO DE CADA AVALIAÇÃO	PESO total AVALIAÇÃO
10 AVALIAÇÕES INDIVIDUAIS SEMANAS	2%	2% X 10= 20%
2 AVALIAÇÕES INDIVIDUAIS BIMENSAS	40%	40% X 2 = 80 %
TOTAL		100

OBS1: A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades descritas. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

OBS2: Os discentes têm direito a segunda chamada de atividades avaliativas e provas. A data e forma de realização da segunda chamada deve ser acordada entre docente e discente. Observar que a Resolução 37/97 CEPE/UFPR estipula o prazo regulamentar de 5 dias úteis após a realização da atividade.

CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES PRESENCIAIS

CONTEÚDOS DO LIVRO TEXTO DE McShane & Von Glinow -6º Ed		SEMANAS	AVALIAÇÕES
BIMESTRE 1	CAP 1/ 2	S1-24/02	AVALIAÇÃO BIMESTRE 1 CAP1-2,3,4,5,6 e 7
	CAP 3	S2-03/3	
	CAP 4	S3-10/3	
	CAP 5	S4-17/3	
	CAP 7	S5-24/3	
		S6-31/3	
BIMESTRE 2	CAP 8	S7-07/4	AVALIAÇÃO BIMESTRE 2 CAP8,9,10/11,12,14.
	CAP 9	S8-14/4	
	CAP 10	S9/-28/4	
	CAP 11	S10-03/5	
	CAP12	S11-12/5	
	CAP 14	S12- 19/5	
		S13-26/5	
Final	TODOS OS CAPÍTULOS FINAL	S14/-30/6	EXAME

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

1. MCSHANE, S. & VON GLINOW, M.A.. Comportamento Organizacional: Conhecimento emergente e Realidade Global. 6º edição, Bookman, Porto Alegre, 2014.
2. KINICKI, A. e KREITNER, R. Comportamento Organizacional, 2º McGraw Hill, São Paulo, 2006.
3. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; e SOBRAL, F. Comportamento organizacional 14º ed. São Paulo:PEARSON, 2011

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

1. CLEGG, S.; HARDY, C.; NORD, W. (Orgs). Handbook de estudos organizacionais (3 volumes). São Paulo: Atlas, 1998.
2. KATZ, D.; KAHN, R. The social psychology of organizations. New York: John Wiley & Sons, 1977.
3. MCSHANE, S. e VON GLINOW, M.A.. Comportamento Organizacional, Bookman, Porto Alegre, 2004.
4. MORGAN, Gareth. Imagens da organização. São Paulo: Atlas, 1997.
5. ROBBINS, S. Comportamento organizacional. 11º. São Paulo:PEARSON, 2006
6. SIMON, Herbert; MARCH, James. Teoria das organizações. Rio de Janeiro: FGV, 1977.



FICHA 2 – TURMA NOITE – N1

DISCIPLINA: GESTÃO DE PROJETOS CÓDIGO:

SAOB14 SEMESTRAL (X) ANUAL () **CRÉDITOS: 3**

CARGA HORÁRIA : 60 H/A DEPARTAMENTO OFERTANTE:

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA

PRÉ-REQUISITO(S): NÃO TEM.

PERÍODO RECOMENDADO: 6º Período

NATUREZA: OBRIGATÓRIA

MODALIDADE: PRESENCIAL

EMENTA:

Conceito de Projetos e Administração de Projetos, Incerteza e Complexidade em Projetos, Programa, Projetos e Subprojetos, Projetos e a Estrutura Organizacional, O Gerente de Projetos, Metodologias para a Administração de Projetos, Certificação em Gestão de Projetos, Gestão da Integração em Projetos, Gestão do Escopo e da Qualidade do Projeto, Gestão do Prazo do Projeto, Gestão de Custos do Projeto, Gestão de Riscos do Projeto, Gestão de Aquisições em Projetos, Gestão da Comunicação em Projetos e Gestão de Recursos Humanos do Projeto e Gestão dos Stakeholders de um Projeto.

OBJETIVO GERAL:

Reconhecer as oportunidades e condições para a proposta de projetos; entender o ambiente de projetos; definir os objetivos e o escopo de projetos; planejar projetos; detalhar os insumos e os produtos de projetos; controlar o andamento de projetos; documentar e comunicar os resultados de projetos; avaliar os resultados de projetos; finalizar e apresentar projetos. Capacitar-se para atuar como Gerente de Projetos.

Oferecer o conteúdo necessário para preparar o graduando em Administração para atuar no gerenciamento de projetos nas diversas áreas de atuação, tanto com produtos como em serviços e em qualquer porte organizacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Reconhecer as oportunidades e condições para a proposta de projetos; entender o ambiente de projetos; definir os objetivos e o escopo de projetos; planejar projetos; detalhar os insumos e os produtos de projetos; controlar o andamento de projetos; documentar e comunicar os resultados de projetos; avaliar os resultados de projetos; finalizar e apresentar projetos. Capacitar-se para atuar como Gerente de Projetos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas Expositivas no formato Presencial
Resolução de Exercícios
Análise de Casos
Grupos de Discussão e Seminários específicos
Repositório de Materiais de Aula na Plataforma Teams

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Introdução à Administração de Projetos

- Definição de Projeto
- Incerteza na Gestão de Projetos
- Complexidade • Abordagem de Projetos
- Programa, projetos e subprojetos
- Produtos de um Projeto

2. Metodologias em Gestão de Projetos e Certificações em Administração de Projetos

- Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos
- Roteiro prático para a administração de projeto
- Certificações em Gerenciamento de Projetos

3. Gestão da Integração em Projetos

- O ciclo de vida de um projeto
- Processos das áreas de conhecimento de um projeto x fases do ciclo de vida
- Elaboração de um charter de um projeto
- O plano de gerenciamento do projeto

4. Gerenciamento de Escopo e da Qualidade em Projetos

- Produto e necessidade
- Clientes
- Apresentando objetivos do Projeto
- Gerenciamento do Escopo
- Estrutura Analítica de Projetos – WBS
- Declaração de escopo de projetos
- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos
- Especificações técnicas e funcionais do produto de um projeto
- Planejamento, Garantia e Controle da Qualidade em Projetos

5. Gerenciamento de Cronograma de um Projeto

- Definição de Atividades
- Estimativa das durações
- Sequenciamento
- Como desenhar um cronograma
- Planejamento de Redes e Caminho Crítico
- Método Pert-CPM

6. Gerenciamento de Custos de um Projeto

- Previsão de recursos e orçamento

- Custo e precificação
- Cronograma físico-financeiro de um Projeto
- *Cost base line* de um projeto
- Análise do valor agregado

7. Gerenciamento de Riscos em Projetos

- Identificação de Riscos em um Projeto
- Estrutura analítica de riscos
- Análise qualitativa de riscos
- Análise quantitativa de riscos
- Matriz Probabilidade x Impacto
- Planos de Mitigação

8. Gerenciamento de Aquisições em Projetos

- A importância de compras em projetos
- O processo de compras
- Escolha de fornecedores em projetos
- O contrato de aquisições em projetos
- Avaliação de fornecedores/ contratos em projetos

9. Gerenciamento de Stakeholders e da Comunicação em Projetos

- Identificação, planejamento e engajamento das partes interessadas em um projeto
- Planejamento, gerenciamento e controle das comunicações de um projeto

10. Estrutura Organizacional em Projetos

- Organização funcional e a organização do projeto
- Organização da equipe
- Posicionamento da Organização do projeto
- Estruturas para projetos múltiplos
- Responsabilidades e Autoridades

11. Gerenciamento de Equipe em Projetos

- Tipos de equipes
- Fatores críticos de desempenho
- Desafios do trabalho em equipe
- Desenvolvimento da equipe

12. Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos

- Tipos de perfil para o gerente de projetos
- O cargo do gerente de projetos na organização
- Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos
- Certificação em gerenciamento de projetos
- Tipos de autoridade em gestão de projetos
- Competências gerenciais para a administração de projetos

FORMAS DE AVALIAÇÃO:

A nota final será computada com base nos itens:

- 40% Prova - 1 prova individual escrita e sem consulta
- 20% Trabalhos
- 40% Prova – 2 prova individual escrita e sem consulta

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota das provas. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

PMI PMBoK. Um guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos. 6^a. PMI: Newton Square, Pensilvânia, EUA, 2017

MAXIMINIANO, A. C. A. Administração de projetos. São Paulo: Atlas, 5^a. Edição, 2014.

KEZNER, H. Gerenciamento de Projetos: Uma abordagem sistêmica para o planejamento, programação e controle. 10^a ed. São Paulo: Blucher, 2015.

CANDIDO, R. Gerenciamento de Projetos. Curitiba: Aymará, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

KERZNER, H. Project management: a systems approach to planning, scheduling and controlling – 8. ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 2003.

KERZNER, H. Gestão de projetos. São Paulo: Bookman, 2000.

CLEMENTE, A. (org.) Projetos empresariais e públicos. São Paulo: Atlas, 1997.

MEREDITH, J. R.; MANTEL, S. J. Project management: a managerial approach. New York, Wiley, 2000.

SANTOS, J.A; CARVALHO, H.G. Referencial brasileiro de competências em gerenciamento de projetos. Curitiba: ABPG, 2005.

VALERIANO, D. Gerência em projetos. Makron, Rio de Janeiro, 1998.

VALERIANO, D. Gerenciamento estratégico e administração por projetos. Makron, Rio de Janeiro, 2001.

10. VERZUH, E. MBA compacto: gestão de projetos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CRONOGRAMA E PLANO DE AULAS

I. IDENTIFICAÇÃO

CURSO	Administração		TURMA	Noturno	SEMESTRE	2026/I
DISCIPLINA	Gestão de Projetos		Código: SAOB14	PERÍODO	6º	CARGA HORÁRIA
PROFESSOR(A)	Péricles José Pires				TÍTULO	Doutor

II. PLANEJAMENTO

AULA	DATA PREVISTA	CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	PROGRAMA DETALHADO	METODOLOGIA
1	26/02/2026	Apresentação do programa e do Plano de Aula.	Dinâmica das expectativas e apresentação do docente e dos discentes. Visão geral da disciplina. Compromisso de entregas, dadas das provas bimestrais e sistema de avaliação.	Apresentação do programa, explanação e debate sobre expectativas do curso.
	26/02/2026	Introdução à Administração de Projetos	- Definição de Projeto - Incerteza na Gestão de Projetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
2	05/03/2026	Introdução à Administração de Projetos	- Complexidade - Abordagem de Projetos - Programa e subprojetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	05/03/2026	Essencial da Administração de Projetos	- Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.

			- Ciclo de vida do projeto	
3	12/03/2026	Gerenciamento da Integração em Projetos e Charter em Adm de Projetos	Gerenciamento da Integração e desenvolvimento do charter	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
4	19/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	- Gerenciamento do Escopo	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	19/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
5	26/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	- Gerenciamento do Escopo	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	26/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
6	02/04/2026	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento	Definição de Atividades - Sequenciamento	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
	02/04/2026	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento	- Como desenhar um cronograma -Previsão de Recursos e Orçamento	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
7	09/04/2026	Aplicação Prova Bimestral	Prova sem consulta e individual – peso 40 pontos	
8	16/04/2026	Correção e entrega da P1	Correção e entrega da P1	

9	16/04/2026	Gerenciamento de Custos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Custos em Projetos - Formação do Budget e da linha base de custos - Gerenciamento do Valor Agregado em Projetos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
	16/04/2026	Gerenciamento de Custos em Projetos		
10	23/04/2026	Gerenciamento de Aquisições em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Processos Gerenciamento de Aquisições - Processos compra - Concorrência 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	23/04/2026	Gerenciamento de Aquisições	<ul style="list-style-type: none"> - Contratos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
11	30/04/2026	Gerenciamento de Riscos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Identificando Riscos - Análise de Riscos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado. Vídeo Metrô de Seattle
	30/04/2026	Gerenciamento de Riscos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Análise qualitativa de riscos - Análise quantitativa 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
12	07/05/2026	Estrutura Organizacional em Projetos e Gerenciamento de Equipe em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Organização funcional e a organização do projeto - Organização da equipe - Posicionamento da Organização do projeto - Estruturas para projetos múltiplos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado

			<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidades e Autoridades Tipos de equipes - Fatores críticos de desempenho - Desafios do trabalho em equipe - Desenvolvimento da equipe 	
13	14/05/2026	Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de perfil para o gerente de projetos - O cargo do gerente de projetos na organização - Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos -- Certificação em gerenciamento de projetos - Tipos de autoridade em gestão de projetos - Competências gerenciais para a administração de projetos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
14	21/05/2026	Aplicação Prova Bimestral	Prova sem consulta e individual – peso 40 pontos	
15	28/05/2026	Fechamento da Disciplina e Entrega das Notas		
	03/07/2026	Exame Final		

--

Plano de Aulas Elaborado em 31/07/2026	
Plano de Aulas Aprovado em ___/___/___	

Observação:

Exames Finais: 09/12/2026 a 21/12/2026



**Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração Geral e Aplicada
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

FICHA Nº2

Disciplina: ADMINISTRACAO DE SISTEMAS DE INFORMACAO	Código: - N1 - SA051
Natureza: (X) obrigatória () optativa	(X) Semestral () Anual () Modular
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum
Modalidade: (X) Presencial	
C.H. Semestral Total: 60h	
C.H. Semanal: 04	

EMENTA

Teoria geral dos sistemas (TGS) e a Gestão da Informação. Alinhamento estratégico da tecnologia da informação e comunicação (TIC). A qualidade da Informação. – TGS; Arquitetura estratégica de sistemas de informação; Hardware, software e netware; 6 bancos de dados; 7 desenvolvimento de projetos de SI; 8 segurança, governança e compliance; 10 E-Business e Big data; 11 diagnóstico de aplicação de tecnologia da informação. Gestão da informação e inteligência de negócios e operações.

JUSTIFICATIVA PARA OFERTA DA DISCIPLINA

A inserção desta disciplina no curso tem como pilar a discussão em profundidade sobre a importância da tecnologia da informação (TI) nas decisões estratégicas. Pretende-se capacitar o Administrador para que possa avaliar sistemas de informação desde o seu projeto, estruturação e implementação, bem como habilitando-o a gerenciar os elementos envolvidos na sua operação. É enfatizada a importância de se conceber sistemas de informação disponíveis em tempo real, que supram as necessidades de todas as áreas da organização, capazes de apoiar e suportar decisões estratégicas de negócios.

OBJETIVO GERAL

A disciplina tem como objetivos:

- (1) Discutir o papel da TI na consecução dos objetivos organizacionais, aprofundando a análise sobre a sua importância estratégica e estrutural,**
- (2) Enfatizar a convergência entre tecnologias emergentes, seus desdobramentos e alterações provocadas nas estruturas organizacionais.**

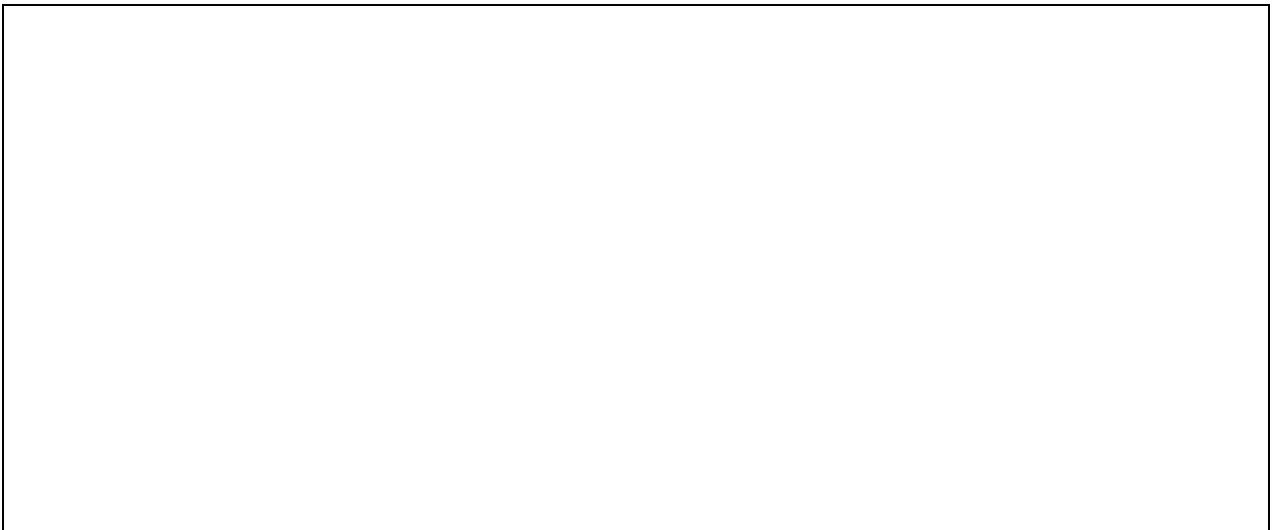
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

No final deste curso, o aluno o aluno será capaz de:

- Compreender o papel dos sistemas na organização;
- Entender a aplicação da tecnologia da informação como suporte a gestão organizacional
- Conhecer as principais tecnologias digitais e virtuais
- Participar ativamente como Administrador no Desenvolvimento de Sistemas de Informação

PROGRAMA OU UNIDADES DE ESTUDO DE ACORDO COM AS MODALIDADES DE ENSINO DA DISCIPLINA

Aula	Conteúdo	Data
01	Apresentação da Disciplina e Disposições Gerais	28/02/2026
02	Teoria Geral dos Sistemas	07/03/2026
03	Alinhamento Estratégico da Tecnologia da Informação (TI)	14/03/2026
04	Gestão da Informação e processos	21/03/2026
05	Tecnologia da Informação	28/03/2026
06	Banco de Dados	04/04/2026
07	Prova Bimestral	11/04/2026
08	Segurança e Governança	18/04/2026
09	DataWare house	25/04/2026
10	BigData	09/05/2026
11	Hardware, Software e Netware	16/05/2026
12	Análise exploratória e mineração de dados	23/05/2026
13	Modelagem e análise preditiva	30/05/2026
14	Prova Bimestral	13/06/2026
15	Encerramento da disciplina	20/06/2026
	Exame Final	04/07/2026



PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA DISCIPLINA

a) sistema de comunicação: No âmbito desta disciplina o canal de comunicação será o MICROSOFT TEAMS e as AULAS PRESENCIAIS. Por meio destes sistemas de comunicação cada estudante receberá retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas na disciplina.

b) material didático específico: Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Guia da disciplina: material didático elaborado pelo professor.
2. Videoaulas: serão produzidas pelo professor a fim de proporcionar um panorama geral acerca de cada tema estudado.
3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
4. Artigos acadêmicos.
5. Livros da bibliografia básica.

c) infra-estrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: o DAGA/UFPR possui laboratório de informática e internet sem fio para os estudantes que eventualmente não tenham acesso de outra forma; a PRAE/UFPR tem um programa de empréstimo de computadores e acesso à internet para estudantes de baixa renda; por meio da internet o aluno poderá acessar os conteúdos, a plataforma TEAMS e os materiais de apoio.

d) previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes: A segunda semana da disciplina será dedicada ao primeiro encontro presencial para apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

e) identificação do controle de frequência das atividades: O controle de frequência é aferido pela resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, a disciplina contará com atividades específicas a serem desenvolvidas pelos alunos, e consequentemente, cada atividade terá uma carga horária de frequência. Vale ressaltar que apenas o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência. Também haverá controle de frequência nos momentos presenciais.

FORMAS DE AVALIAÇÃO, INCLUINDO CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E PREVISÃO DE AVALIAÇÕES PRESENCIAIS

Tipo de Avaliação	Pontuação	Critérios de Avaliação	Peso da atividade na frequência semestral
ATIVIDADE EM EQUIPE	20%	Conforme a rubrica no guia didático	20%
PROVA SEMESTRAL PRESENCIAL I	40%	Conforme a rubrica no guia didático	40%
PROVA SEMESTRAL PRESENCIAL II	40%	Conforme a rubrica no guia didático	40%

A média semestral do aluno será a média ponderada das provas semestrais e da atividade em equipe.

Se a média semestral for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado; se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final; se estiver abaixo de 40 (mesmo após o Exame Final) o aluno está reprovado.

A aprovação é condicionada também a uma frequência igual ou superior a 75%.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos)

KUHN, M.; KJELL, J. Applied predictive modelling. New York: Springer, 2013. Disponível em: https://discovered.ed.ac.uk/permalink/44UOE_INST/7q3mt6/alma9921652483502466

LAUDON, K.; LAUDON, J. Sistemas de informação gerenciais. 11.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

RAZZOLINI FILHO, Edelvino: Introdução à gestão da informação: a informação para organizações do século XXI. Curitiba: Juruá, 2020.

ROSSINI, M.A.; PALMISANO. Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento. 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.(disponível no minha biblioteca)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos)

BRAMER, M. Principles of Data Mining. Springer, 2016.

PEARLSON, K.; SAUNDERS, C. Managing and using information systems: a strategic approach. 6.ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2016.

RAINER, R.K.; PRINCE, B.; WATSON, H.J. Management Information Systems: moving business forward. 3.ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2015.

ROLLINGS, J. B. **Foundational methodology for data science.** IBM white paper. Disponível em: <https://www.ibm.com/downloads/cas/B1WQ0GM2>

SILVA, L. A., PERES, S. M., BOSCAROLI, C. **Introdução a mineração de dados com aplicações em R.** Rio de Janeiro, Elsevier, 2016.

PROFESSOR OU PROFESSORES RESPONSÁVEIS

Prof. Péricles José Pires



**Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração Geral e Aplicada
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

FICHA Nº2 (DISCIPLINA OPTATIVA COM CARGA HORÁRIA EAD)

Disciplina: Gestão da Informação e Inteligência de Negócios	Código: SAOP17EAD
Natureza: () obrigatória (X) optativa	(X) Semestral () Anual () Modular
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum
Modalidade: (X) 20% Presencial - 12h (X) 80% EaD - 48h () EaD	
C.H. Semestral Total: 60h	
C.H. Semanal: 04	

EMENTA

Teoria geral dos sistemas (TGS) e a Gestão da Informação. Alinhamento estratégico da tecnologia da informação e comunicação (TIC). A qualidade da Informação.– TGS; Arquitetura estratégica de sistemas de informação; 5 hardware, software e netware; 6 bancos de dados; 8 segurança, governança e compliance; 9 E-Business e Big data; Gestão da informação e inteligência de negócios e operações. Tipos de dados, descoberta de conhecimento em base de dados. Inteligência de negócios e tomada de decisão estratégica. Construção e avaliação de modelos preditivos. Aplicações em Administração e Operações.

JUSTIFICATIVA PARA OFERTA DA DISCIPLINA INTEGRAL OU PARCIALMENTE A DISTÂNCIA

A disciplina de Gestão da Informação e Inteligência de Negócios visa capacitar o estudante a aplicar os conceitos, ferramentas e métodos de análise de dados, de modo a auxiliar no processo de tomada de decisão no âmbito das organizações. A oferta dessa disciplina na modalidade de EAD incentivará o aluno a buscar a concretização dos conceitos apresentados; exercitar a sua autonomia didática; além de poder gerenciar o seu tempo e ter a disposição recursos e tecnologias educacionais distintas que poderão possibilitar o seu aprendizado, respeitando as diversas formas de aprendizagem. Assim, o aluno será colocado no centro do processo, sendo protagonista da sua aprendizagem.

OBJETIVO GERAL

A disciplina tem por objetivo fornecer o conhecimento sobre gestão e análise de grande de dados, de modo a auxiliar na tomada de decisão no contexto de negócios, industrial ou serviços. A disciplina visa capacitar os alunos a aplicar os conceitos, ferramentas e métodos de análise de dados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

No final deste curso, o aluno o aluno será capaz de:

- Identificar os diferentes tipos de dados;
- Realizar análise exploratória de dados;
- Familiarizar-se com diferentes técnicas de análise de dados, afim de selecionar a técnica mais apropriada;
- Interpretar os resultados obtidos a partir da aplicação de tais técnicas e compreender as limitações e as restrições relativas à análise destes resultados.

PROGRAMA OU UNIDADES DE ESTUDO DE ACORDO COM AS MODALIDADES DE ENSINO DA DISCIPLINA

MODALIDADE	AULA/UNIDADE		CARGA HORÁRIA
PROGRAMAÇÃO PRESENCIAL	AULA PRESENCIAL (Apresentação de atividade em equipe presencial) Datas 28/02/2026 e 07/03/25 (8h30)		8h
	PROVA SEMESTRAL PRESENCIAL I (11/04)		4h
	APRESENTAÇÃO DE TRABALHO PRESENCIAL II (13/06)		4h
	EXAME FINAL PRESENCIAL (04/07)		4h
E A DISTÂNCIA	Unidade 1. CONCEITOS BÁSICOS E ANÁLISE EXPLORATÓRIA	1.1 Introdução à Sistemas de Informação, Gestão da Informação e a Inteligência.	12h
		1.2 Sistemas de Informação (hardware, software, bancos de dados, comunicações)	12h
	Unidade 2. MODELAGEM E ANÁLISE DE DADOS	2.1 Análise exploratória e mineração de dados	8h
		2.2 Modelagem e análise preditiva	4h
		2.4 Aplicações	4h
TOTAL			60h

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA DISCIPLINA

a) sistema de comunicação: No âmbito desta disciplina o canal de comunicação será o MICROSOFT TEAMS e as AULAS PRESENCIAIS. Por meio destes sistemas de comunicação cada estudante receberá retorno sobre o seu desempenho, bem como orientações e trocas de informações relativas aos conteúdos abordados e atividades a serem desenvolvidas na disciplina.

b) material didático específico: Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Guia da disciplina: material didático elaborado pelo professor das aulas.
2. Videoaulas: serão produzidas pelo professor a fim de proporcionar um panorama geral acerca de cada tema estudado.
3. Disponibilização de Links externos: de vídeos relacionados com o tema de cada aula.
4. Artigos acadêmicos.
5. Livros da bibliografia básica.

c) infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: o DAGA/UFPR possui laboratório de informática e internet sem fio para os estudantes que eventualmente não tenham acesso de outra forma; a PRAE/UFPR tem um programa de empréstimo de computadores e acesso à internet para estudantes de baixa renda; por meio da internet o aluno poderá acessar os conteúdos, a plataforma TEAMS e os materiais de apoio.

d) previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes: A primeira e segunda semana da disciplina será dedicada aos encontros presenciais para apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

e) identificação do controle de frequência das atividades: Na modalidade EAD o controle de frequência é aferido pela resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, a disciplina contará com atividades específicas a serem desenvolvidas pelos alunos, e consequentemente, cada atividade terá uma carga horária de frequência. Vale ressaltar que apenas o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência. Também haverá controle de frequência nos momentos presenciais.

FORMAS DE AVALIAÇÃO, INCLUINDO CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E PREVISÃO DE AVALIAÇÕES PRESENCIAIS

Tipo de Avaliação	Pontuação	Peso da atividade na frequência semestral
ATIVIDADE EM EQUIPE	20%	20%
PROVA SEMESTRAL PRESENCIAL I	40%	40%
APRESENTAÇÃO DE TRABALHO PRESENCIAL II	40%	40%

A média semestral do aluno será a média ponderada das provas semestrais e da atividade em equipe.

Se a média semestral for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado; se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final;

se estiver abaixo de 40 (mesmo após o Exame Final) o aluno está reprovado.

A aprovação é condicionada também a uma frequência igual ou superior a 75%.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos)

KUHN, M.; KJELL, J. **Applied predictive modelling.** New York: Springer, 2013. Disponível em: https://discovered.ed.ac.uk/permalink/44UOE_INST/7g3mt6/ alma9921652483502466

LAUDON, K.; LAUDON, J. **Sistemas de informação gerenciais.** 11.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

RAZZOLINI FILHO, Edelvino: **Introdução à gestão da informação:** a informação para organizações do século XXI. Curitiba: Juruá, 2020.

SHARDA, R.;DELEN D.; TURBAN, E. **Business intelligence e análise de dados para gestão do negócio.** 4.ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos)

BRAMER, M. **Principles of Data Mining.** Springer, 2016.

PEARLSON, K.; SAUNDERS, C. Managing and using information systems: a strategic approach. 6.ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2016.

RAINER, R.K.; PRINCE, B.; WATSON, H.J. Management Information Systems: moving business forward. 3.ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2015.

ROLLINGS, J. B. **Foundational methodology for data science.** IBM white paper. Disponível em: <https://www.ibm.com/downloads/cas/B1WQ0GM2>

ROSSINI, M.A.; PALMISANO. **Administração de sistemas de informação e a gestão do conhecimento.** 2.ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.(disponível no minha biblioteca)

SILVA, L. A., PERES, S. M., BOSCAROLI, C. **Introdução a mineração de dados com aplicações em R.** Rio de Janeiro, Elsevier, 2016.

PROFESSOR OU PROFESSORES RESPONSÁVEIS

Prof. Péricles José Pires



Identificação

Disciplina: ÉTICA E ORGANIZAÇÕES (SAOB11)

Prof. FERNANDO ANTONIO PRADO GIMENEZ

Créditos: 04

Carga horária semanal: 04 (3h presencial e 1h orientada)

Carga horária total: 60

Ementa: Dimensões conceituais da ética. Definição da organização como um domínio de exercício ético. A práxis organizacional lida sob a perspectiva do exercício da ética. Temas transversais: Educação Ambiental; História e Cultura Afro-Brasileira e Indígena; Direitos Humanos.

Objetivo geral

Analisar os diversos aspectos da ética na práxis organizacional, tendo como referência os valores universais da democracia e da justiça.

Objetivos específicos

Compreender os fundamentos morais e éticos do comportamento social;

Entender as possibilidades e limites da ação ética nas organizações;

Conhecer as especificidades da ação ética no âmbito das organizações nas áreas funcionais;

Conhecer o código de ética do profissional em Administração; e

Desenvolver uma capacidade de avaliação crítica da ação organizacional em relação aos seus stakeholders.

Programa

Modulo I: Fundamentos conceituais

1. Dimensões conceituais: relação moral e ética; princípios morais

2. Diferentes formas de pensar a ética: os grandes pensadores

Módulo II: Dilemas contemporâneos das organizações

1. Relação das organizações com os trabalhadores

2. Relação das organizações com os clientes

3. Relação das organizações com os sócios/acionistas

4. Relação da organização com a sociedade

Procedimentos didáticos

A disciplina terá como princípio norteador a aprendizagem ativa, privilegiando atividades em que a(o) estudante desempenha um papel central e relevante em seu processo de construção do conhecimento. O ambiente virtual TEAMS será utilizado como repositório de materiais e para a comunicação entre docente e discentes, bem como para a postagem e recebimento de trabalhos. As atividades da disciplina incluirão: preleções; debates; seminários; elaboração de resumos críticos de textos; e outras atividades que poderão surgir da iniciativa de discentes e docente.

Formas de avaliação

A nota semestral será composta por: duas provas dissertativas (50%); e elaboração de quinze resumos críticos de leituras (50%).

Bibliografia básica

Braga, Beatriz Maria; Kubo, Edson Keyso de Miranda; Oliva, Eduardo Dilemas éticos enfrentados por profissionais de recursos humanos: explorando cursos de ação. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 21, n. 6, p. 832-850, 2017.

Chanlat, Jean-François Repensar as organizações e a sociedade a partir da ética. *Organizações & Sociedade*, v. 29, n. 100, p. 125-153, 2022.

Dias, Maria Olívia Ética, organização e valores ético-morais. em contexto organizacional *Gestão e Desenvolvimento*, v. 22, p. 89-113, 2014.

Fajardo, Bernardo de Abreu Guelber; Leão, Guilherme Abib O efeito Priming na avaliação de ações antiéticas: um estudo experimental. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 18, n. 1, p. 59-77, 2014.

Gama, Paulo; Peixoto, Paulo; Seixas, Ana Maria; Almeida, Filipe; Esteves, Denise A ética dos alunos de Administração e de Economia no ensino superior. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 17, n. 5, p. 620-641, 2013.

Gomes, Nanci Fonseca Ética na administração pública: desafios e possibilidades. *Revista de Administração Pública*, v. 48, n. 4, p. 1029-1050, 2014.

Lovison, Aida Maria; Petroll, Martin de La Martinière Ética na publicidade e propaganda: a visão do executivo de agências de comunicação do Rio Grande do Sul. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 9, n. 2, p. 333-359, 2011.

Passos, Elizete Ética nas organizações. São Paulo: Atlas, 2013.

Pineda, Eduardo S.; Marroquín, Antonio C J. Ética nas empresas. Porto Alegre: Grupo A, 2009. E-book. ISBN 9788563308887. Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca\].com.br/#/books/9788563308887/](https://integrada[minhabiblioteca].com.br/#/books/9788563308887/). Acesso em: 06 ago. 2024.

Souza, Thais Rocha de; Filardi, Fernando; Irigaray, Helio Arthur Reis Compliance no setor de óleo e gás na percepção dos gestores. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, Florianópolis, v.13, n. 2, p. 129-166, 2020.

SROUR, Robert. Ética Empresarial. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2017. E-book. ISBN 9788595156333. Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca\].com.br/#/books/9788595156333/](https://integrada[minhabiblioteca].com.br/#/books/9788595156333/). Acesso em: 06 ago. 2024.

Tolentino, Renata de Sousa da Silva; Gonçalves Filho, Cid; La Falce, Jefferson Lopes O Comportamento Ético das Corporações Afeta as Relações com suas Marcas? Influência da Percepção Ética do Consumidor (PEC) na Confiança, no Comprometimento e na Lealdade dos Consumidores. *Teoria e Prática em Administração*, v. 9, n. 2, p. 121-136, 2019.

Bibliografia complementar

Almeida, Filipe Jorge Ribeiro de Ética e desempenho social das organizações: um modelo teórico de análise dos fatores culturais e contextuais. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 11, n. 3, p. 105-125, 2007.

Bergue, Sandro Trescastro Ética como competência: interseções entre a administração e a filosofia. *Revista Gestão e Planejamento*, v. 23, p. 73-87, 2022.

Campos, Taiane Las Casas; Bertucci, Janete Lara de Oliveira Dimensões relevantes para definição de políticas para stakeholders: a perspectiva ética e a racionalidade instrumental. *Organizações & Sociedade*, v. 12, n. 34, p. 51-64, 2005.

Cherman, Andrea; Tomei, Patrícia Amélia Códigos de ética corporativa e a tomada de decisão ética: instrumentos de gestão e orientação de valores organizacionais? *Revista de Administração Contemporânea*, v. 9, n. 3, p. 99-120, 2005.

Fiorini, Filipe A.; Constantino Jr., Roberto; Fernandes, Roberto G.; Cintra, Andreia F. A influência da ética nas práticas sustentáveis das organizações. *Revista Metropolitana de Governança Corporativa*, v. 3, n. 2, p. 19-36, 2018.

Malheiro, Alexandra; Jalali, Marjan Sara; Farhangmehr, Minoo Os consumidores se importam com a ética? Um estudo cultural comparativo. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, v. 2, n. 2, p. 52-76, 2009.

Rosa, Ellysson Fernandes; Najberg, Estela; Nunes, Lauren de Lacerda; Passador, João Luiz Como a filosofia pode iluminar a gestão pública em tempos de polarização política. *Cad. EBAPE.BR*, v. 19, Edição Especial, p. 723-734, 2021

Thiry Cherques, Hermano Roberto Notas sobre barreiras à argumentação moral: ética nas organizações. *Revista de Administração Pública*, v. 33, n. 1, p. 27-32, 1999.

Thiry Cherques, Hermano Roberto O conformismo impaciente: uma interpretação do quadro de referência ética dos jovens executivos nas organizações brasileiras. *Revista de Administração Pública*, v. 38, n. 4, p. 613-642, 2004.

Zylbersztajn, Décio Organização ética: um ensaio sobre comportamento e estrutura das organizações. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 6, n. 2, p. 123-143, 2002.

CRONOGRAMA

Data	Atividade principal	Atividade complementar
24/02	Apresentação do plano de ensino e introdução à Ética nas organizações	Atividade orientada 1 – Resumo crítico
03/03	Dimensões conceituais: relação moral e ética; princípios morais	Atividade orientada 2 – Resumo crítico
10/03	Diferentes formas de pensar a ética: os grandes pensadores	Atividade orientada 3 – Resumo crítico
17/03	Dilemas contemporâneos das organizações	Atividade orientada 4 – Resumo crítico
24/03	A organização ética	Atividade orientada 5 – Resumo crítico
31/03	Ética profissional e o Código de Ética do profissional da Administração	Atividade orientada 6 – Resumo crítico
07/04	Primeira avaliação	Atividade orientada 7 – Resumo crítico
14/04	Ética como competência	Atividade orientada 8 – Resumo crítico
28/04	Relação das organizações com os trabalhadores	Atividade orientada 9 – Resumo crítico
05/05	Relação das organizações com os clientes	Atividade orientada 10 – Resumo crítico
12/05	Relação das organizações com os sócios/acionistas	Atividade orientada 11 – Resumo crítico
19/05	Relação da organização com a sociedade	Atividade orientada 12 – Resumo crítico
26/05	A administração das organizações e os ODS	Atividade orientada 13 – Resumo crítico
09/06	Ética e compliance nas organizações	Atividade orientada 14 – Resumo crítico
16/06	Segunda avaliação	Atividade orientada 15 – Resumo crítico
30/06	Exame final	



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE _____

Coordenação do Curso de ou Departamento
de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: GESTÃO DE OPERAÇÕES: PRODUÇÃO		Código: SAOB13 - TURMA N ₁	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>	
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH	
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45	Laboratório (LB):	Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): 15 Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho. Trade-offs. Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle. Conceito de sistemas e tipos de produção. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Seale), MRP (Materials Requirement Planning). Previsão de demanda. Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada. Estudo de localização industrial. Desenvolvimento do produto e do processo. Projeto da capacidade produtiva. Arranjo físico e fluxo. Planejamento da capacidade. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle. Conceito de sistemas de produção e tipos de produção. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materiais Requirement Planning). Previsão de demanda. Produção Enxuta. Estudo de localização industrial. Desenvolvimento do produto e do processo. Projeto da capacidade produtiva. Arranjo físico e fluxo. Planejamento da capacidade.

PROGRAMA

- 1 . Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho da Produção. Trade-offs entre objetivos de Desempenho e o ele
2. Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente.
3. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle.
4. Conceito de sistemas de produção e tipos de produção.
5. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Mai Requirement Planning).
6. Previsão de demanda.
7. Produção Enxuta (JIT e Kanban), produsao puxada x empurrada.
8. Estudo de localização industrial
9. Desenvolvimento do produto e do processo
10. Projeto da capacidade produtiva
11. Arranjo físico e fluxo
12. Planejamento da capacidade

OBJETIVO GERAL

O aluno deverá ser capaz de entender a estratégia e o processo de planejamento e controle da produção (PCP). Conhecer as ferramentas e técnicas aplicar abordagem, do nível estratégico dos planos de produção até o processo operacional, desenvolvendo as habilidades específicas para a sua atuação na Gestão.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Assimilação de conceitos e teorias de administração da produção e operações que sejam utilizadas com base na Administração da Produção. Conhecimento da técnicas utilizadas para a produção de bens e serviços salientando as melhorias que podem gerar maior qualidade e produtividade.

Capacitar o aluno a aplicar os conceitos e técnicas de produção sugerir melhorias nos processos produtivos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Procedimentos didáticos para atividades à distância:

1. Sistema de Comunicação: Microsoft Teams

O sistema de comunicação diz respeito a maneira como será feita a comunicação entre professor e alunos e dentre alunos. No âmbito da disciplina de Estratégia Produção principal canal de comunicação será UFPR presencial.

1. Material didático específico: **(sugestão)**

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas, a saber:

1. Material didático elaborado pelo professor, que contemplará uma visão geral de cada unidade didática, expondo conceitos-chave e aspectos relevantes dos temas, além de exemplos.

2. Atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática.

3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.

4. Artigos acadêmicos.

5. Livros da bibliografia básica.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina é um valor composto pela média ponderada das 2 (duas) provas e trabalhos que podem variar de 0 (zero) a 100 (cem) pontos percentuais. O conteúdo e formato destas avaliações e a fórmula para cálculo da nota será apresentada pelo professor responsável pela disciplina na primeira aula da disciplina.

Em todas as aulas estão previstas atividades avaliativas presenciais, as quais compõe o item 3.

As atividades avaliativas presenciais somente serão avalidas, dos alunos que estiverem presentes em sala.

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

1. Avaliação 01 - Prova Individual – 40% do total
2. Avaliação 02 – Prova Individual – 40% do total
3. Trabalhos/seminários – 20% do total

A média semestral do aluno resultará do somatório das provas individuais e dos trabalhos/seminários em equipe, conforme pesos informados. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h)

SEGUNDA CHAMADA:

De acordo com a resolução, no seu art. 12 §@, fica garantido ao aluno a realização de segunda chamada das avaliações e do exame final. Além disso, no seu mediante prévio e motivado requerimento, a realização de segunda chamada de avaliações e de exame final em data alternativa.

É de plena responsabilidade do aluno o controle do número de faltas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CORRÊA, H.L.; GIANESI, I.G.N. **Planejamento, programação e controle da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

SLACK, N. et alii. **Administração da produção** (ed. integral). São Paulo: Atlas, 2002.

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO-FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. 1^ª ed. São Paulo: Atlas, 2012

MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CORRÊA, H.L.; GIANESI, I.G.N. **Planejamento, programação e controle da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

SLACK, N. et alii. **Administração da produção** (ed. integral). São Paulo: Atlas, 2002.

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO-FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. 1^ª ed. São Paulo: Atlas, 2012

MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 1998.

Aula	Data	Conteúdo
1	27/fev	Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho da Produção
2	06/mar	Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente
3	13/mar	Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle de produção
4	20/mar	Conceito de sistemas de produção e tipos de produção (atividade avaliativa em sala)
5	27/mar	O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Mai Requirement Planning)
6	10/abr	Previsão de demanda
7	17/abr	Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada
8	24/abr	Avaliação P1 (Presencial e individual)
9	08/mai	Estudo de localização industrial
10	15/mai	Desenvolvimento do produto e do processo
11	22/mai	Planejamento da capacidade
12	29/mai	Projeto da capacidade produtiva (atividade avaliativa em sala)
14	12/jun	Arranjo físico e fluxo
15	19/jun	Seminários
16	26/jun	Avaliação P2 (Presencial e individual)
17	03/jul	Exames Finais



Documento assinado eletronicamente por **MAURO LIZOT, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 11/12/2025, às 15:42, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8465149** e o código CRC **0FA0EBCA**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE _____

Coordenação do Curso de ou Departamento
de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: GESTÃO DE OPERAÇÕES: PRODUÇÃO		Código: SAOB13 - TURMA M1	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>	
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH	
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45	Laboratório (LB):	Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): 15 Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho. Trade-offs. Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle. Conceito de sistemas e tipos de produção. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Seale), MRP (Materials Requirement Planning). Previsão de demanda. Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada. Estudo de localização industrial. Desenvolvimento do produto e do processo. Projeto da capacidade produtiva. Arranjo físico e fluxo. Planejamento da capacidade. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle. Conceito de sistemas de produção e tipos de produção. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Materiais Requirement Planning). Previsão de demanda. Produção Enxuta. Estudo de localização industrial. Desenvolvimento do produto e do processo. Projeto da capacidade produtiva. Arranjo físico e fluxo. Planejamento da capacidade.

PROGRAMA

- 1 . Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho da Produção. Trade-offs entre objetivos de Desempenho e o ele
2. Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente.
3. Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle.
4. Conceito de sistemas de produção e tipos de produção.
5. O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Mai Requirement Planning).
6. Previsão de demanda.
7. Produção Enxuta (JIT e Kanban), produsao puxada x empurrada.
8. Estudo de localização industrial
9. Desenvolvimento do produto e do processo
10. Projeto da capacidade produtiva
11. Arranjo físico e fluxo
12. Planejamento da capacidade

OBJETIVO GERAL

O aluno deverá ser capaz de entender a estratégia e o processo de planejamento e controle da produção (PCP). Conhecer as ferramentas e técnicas aplicar abordagem, do nível estratégico dos planos de produção até o processo operacional, desenvolvendo as habilidades específicas para a sua atuação na Gestão.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Assimilação de conceitos e teorias de administração da produção e operações que sejam utilizadas com base na Administração da Produção. Conhecimento da técnicas utilizadas para a produção de bens e serviços salientando as melhorias que podem gerar maior qualidade e produtividade.

Capacitar o aluno a aplicar os conceitos e técnicas de produção sugerir melhorias nos processos produtivos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Procedimentos didáticos para atividades à distância:

1. Sistema de Comunicação: Microsoft Teams

O sistema de comunicação diz respeito a maneira como será feita a comunicação entre professor e alunos e dentre alunos. No âmbito da disciplina de Estratégia Produção principal canal de comunicação será UFPR presencial.

1. Material didático específico: **(sugestão)**

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas, a saber:

1. Material didático elaborado pelo professor, que contemplará uma visão geral de cada unidade didática, expondo conceitos-chave e aspectos relevantes dos temas, além de exemplos.

2. Atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática.

3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.

4. Artigos acadêmicos.

5. Livros da bibliografia básica.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina é um valor composto pela média ponderada das 2 (duas) provas e trabalhos que podem variar de 0 (zero) a 100 (cem) pontos percentuais. O conteúdo e formato destas avaliações e a fórmula para cálculo da nota será apresentada pelo professor responsável pela disciplina na primeira aula da disciplina.

Em todas as aulas estão previstas atividades avaliativas presenciais, as quais compõe o item 3.

As atividades avaliativas presenciais somente serão avaliadas, dos alunos que estiverem presentes em sala.

A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

1. Avaliação 01 - Prova Individual – 40% do total
2. Avaliação 02 – Prova Individual – 40% do total
3. Trabalhos/seminários – 20% do total

A média semestral do aluno resultará do somatório das provas individuais e dos trabalhos/seminários em equipe, conforme pesos informados. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h)

SEGUNDA CHAMADA:

De acordo com a resolução, no seu art. 12 §@, fica garantido ao aluno a realização de segunda chamada das avaliações e do exame final. Além disso, no seu mediante prévio e motivado requerimento, a realização de segunda chamada de avaliações e de exame final em data alternativa.

É de plena responsabilidade do aluno o controle do número de faltas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CORRÉA, H.L.; GIANESI, I.G.N. **Planejamento, programação e controle da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

SLACK, N. et allii. **Administração da produção** (ed. integral). São Paulo: Atlas, 2002.

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO-FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. 1^ª ed. São Paulo: Atlas, 2012

MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 1998.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CORRÉA, H.L.; GIANESI, I.G.N. **Planejamento, programação e controle da produção**. São Paulo: Atlas, 1999.

SLACK, N. et allii. **Administração da produção** (ed. integral). São Paulo: Atlas, 2002.

FERNANDES, Flávio César Faria; GODINHO-FILHO, Moacir. **Planejamento e controle da produção: dos fundamentos ao essencial**. 1^ª ed. São Paulo: Atlas, 2012

MOREIRA, D. A. **Introdução à administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira, 1998.

Aula	Data	Conteúdo
1	27/fev	Introdução a Administração da Produção. Processos de Produção. Critérios de Desempenho da Produção
2	06/mar	Estratégia de Produção. Objetivos qualificadores e ganhadores de pedidos. Demanda dependente e independente
3	13/mar	Programação, Carregamento, Sequenciamento, Monitoramento e Controle de produção
4	20/mar	Conceito de sistemas de produção e tipos de produção (atividade avaliativa em sala)
5	27/mar	O ERP (Enterprise Resource Planning), S&OP (Sales and Operation Planning), IBP(Integrated Business Planning),MPS (Master Production Scale), MRP (Mai Requirement Planning)
6	10/abr	Previsão de demanda
7	17/abr	Produção Enxuta (JIT e Kanban), produção puxada x empurrada
8	24/abr	Avaliação P1 (Presencial e individual)
9	08/mai	Estudo de localização industrial
10	15/mai	Desenvolvimento do produto e do processo
11	22/mai	Planejamento da capacidade
12	29/mai	Projeto da capacidade produtiva (atividade avaliativa em sala)
14	12/jun	Arranjo físico e fluxo
15	19/jun	Seminários
16	26/jun	Avaliação P2 (Presencial e individual)
17	03/jul	Exames Finais



Documento assinado eletronicamente por **MAURO LIZOT, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 11/12/2025, às 15:47, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8465246** e o código CRC **0A3BBCBD**.

Disciplina: Desenvolvimento de pessoas	Código: SAOB07	M1
--	----------------	----

Natureza:							
<input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral		<input type="checkbox"/> Anual		<input type="checkbox"/> Modular	
Pré-requisito: x		Co-requisito: x		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial Parcialmente EAD: _____ *CH		<input type="checkbox"/> Totalmente EAD	
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC):x Atividade Curricular de Extensão (ACE):x	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	Laboratório (LB): x	Campo (CP): sim	Estágio (ES): x	Orientada (OR): 15h total/1h semanal	Prática Específica (PE): x	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):x
<u>Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)</u> <u>*indicar a carga horária que será à distância.</u>							

EMENTA

Treinamento, Desenvolvimento e Educação em Organizações. Gestão de Carreira. Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho. Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho. Gestão Internacional de Pessoas.

PROGRAMA

Treinamento, Desenvolvimento e Educação (desenvolvimento de pessoas)

Gestão de Carreiras

Sistemas de Trabalho de Alto Desempenho

Gestão Internacional de Pessoas

Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho

O programa detalhado, aula a aula, é apresentado mais abaixo.

OBJETIVO GERAL

Desenvolver competências para compreender e aplicar práticas de desenvolvimento de pessoas, gestão de carreiras e qualidade de vida no trabalho, articulando-as a estratégias organizacionais voltadas ao desempenho e à sustentabilidade humana em contextos nacionais e internacionais.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender os fundamentos e práticas de desenvolvimento de pessoas nas organizações.
- Analisar a relação entre treinamento, carreira e qualidade de vida no trabalho.
- Discutir estratégias de gestão de pessoas voltadas ao desempenho organizacional.
- Explorar os desafios e práticas contemporâneos e internacionais da gestão de pessoas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida por meio de aulas dialogadas, leituras, dinâmicas de grupo, simulações, exercícios práticos e análise de casos, realizados de forma individual e em grupo, visando integrar teoria e prática e estimular a participação ativa dos estudantes.

Atividade de campo: entrevista com profissionais: os grupos deverão realizar (e filmar para apresentar!) uma entrevista com um gestor. O tema relaciona-se aos tópicos do curso. As entrevistas (não mais do que 10 minutos) serão apresentadas e discutidas em sala. As entrevistas deverão conter uma situação-problema ou incidente crítico e a solução encontrada pelo gestor. Problema e solução serão debatidos em classe (os temas de cada grupo serão definidos em sala de aula). Dependendo do número de participantes/grupos, as apresentações poderão ocorrer por sorteio.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

- Apresentações e participação 20%
- Prova bimestral 30%
- Segunda prova 30%
- Atividade de campo 20%

PROGRAMAÇÃO DETALHADA DO CURSO (AULA A AULA)

Aula	Datas	Atividades	Observações, recursos, materiais didáticos
1	24/02	Introdução e visão geral; explicação sobre o trabalho de campo (grupos e datas)	
2	03/03	Conceitos iniciais. Exercício em sala sobre casos reais.	<p>Texto Ambev (no teams)</p> <p>https://exame.com/carreira/ambev-25-anos-empresa-muda-recrutamento-e-aposta-em-uma-acao-antiga-para-reter-e-atrair-talentos/</p> <p>https://www.aihr.com/blog/high-performance-work-systems/</p> <p>https://mo.work/insights/what-is-a-high-performance-work-system-hpws/</p>

			<p>https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/open-sourcing-googles-hr-secrets/</p> <p>https://somostecnologia.com.br/blog/o-que-o-google-ensina-sobre-gestao-de-pessoas</p>
3	10/03	Sistemas de trabalho de alto desempenho nas organizações; implicações para as lideranças	Textos do curso e casos
4	17/03	Sistemas de trabalho de alto desempenho nas organizações; implicações para as lideranças	Textos do curso e casos
5	24/03	Desenvolvimento de pessoas	Textos do curso e casos
6	31/03	Desenvolvimento de pessoas	Textos do curso e casos
7	07/04	Desenvolvimento de pessoas	
8	14/04	PROVA	
9	28/04	Carreiras	Textos do curso e casos, apresentações trabalho (vídeo)
10	05/05	Carreiras	Textos do curso e casos, apresentações trabalho (vídeo)
11	12/05	Pessoas no contexto internacional	Textos do curso e casos, apresentações trabalho (vídeo)
12	19/05	Pessoas no contexto internacional	apresentações trabalho (vídeo)
13	26/05	Pessoas no contexto internacional	apresentações trabalho (vídeo)
14	02/06	Saúde e qualidade de vida no trabalho	Textos do curso e casos, apresentações trabalho (vídeo)
15	09/06	PROVA	
EXAME	16/06		

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARELLANO, E.B.; CESAR, A. M. R. V. C. Gestão de pessoas nas empresas contemporâneas brasileiras. São Paulo: Elsevier Brasil, 2017.
BOHLANDER, G. W.; SNELL, S. A. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Cengage Learning, 2016. KANAANE, R.; ORTIGOSO, S. A. F. Manual de Treinamento e Desenvolvimento Do Potencial Humano. Editora Atlas SA, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERGAMINI, C. W. Avaliação de desempenho: usos, abusos e crenças no trabalho. São Paulo: Atlas, 2019. BORGES-ANDRADE, J. E.; VILAS-BOAS, R. Medidas de Avaliação em Treinamento, Desenvolvimento e Educação. Porto Alegre: Artmed, 2012. DE LIMA RIBEIRO, A. Gestão de treinamento de pessoas. Saraiva Educação SA, 2018. LIMONGI FRANÇA, A.C. Qualidade de vida no trabalho: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. São Paulo: Grupo Gen, 2012. MENESES, P.; ZERBINI, T.; ABBAD, G. Manual de treinamento organizacional. Artmed Editora, 2011.

Disciplina: Laboratório Extensionista - Formação de Lideranças Globais e para a Sustentabilidade: atuação em times multiculturais/diversos

Código: SAOP25

M1

Natureza:

() Obrigatória

() Semestral

() Anual

() Modular

() Optativa

Pré-requisito: x

Co-requisito: x

Modalidade: () Totalmente Presencial () Totalmente EAD ()
Parcialmente EAD: _____ *CH (x) Extensão

CH Total: 60h

CH Semanal: 4h

Prática como Componente Curricular (PCC):x

Padrão (PD):

Laboratório (LB): x

Campo (CP): x

Estágio (ES): x

Orientada (OR):
x

Prática Específica (PE): x

Estágio de Formação Pedagógica (EFP):x

Atividade Curricular de Extensão (ACE):x

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Articulação de teoria e prática no campo da gestão. Atividades de planejamento, execução e avaliação relacionadas à gestão, que atendam às demandas sociais da comunidade externa e que sejam caracterizadas pelos cinco princípios extensionistas: interação dialógica; interdisciplinaridade e interprofissionalidade; indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; impacto na formação do estudante; e impacto e transformação social.

PROGRAMA

O projeto Formação de Lideranças Globais e para a Sustentabilidade tem como propósito contribuir para a formação de administradores e profissionais com competências de liderança voltadas à atuação estratégica e ética em contextos globais interdependentes, caracterizados pela diversidade de culturas, contextos econômico-políticos e desafios sociais e ambientais complexos. A iniciativa busca desenvolver líderes capazes de compreender a interconexão entre organizações, comunidades e sistemas globais, valorizando o diálogo intercultural, a empatia e a cooperação. Por meio de atividades extensionistas, o laboratório oferece experiências práticas de trabalho em equipes diversas, interação com realidades socioeconômicas plurais e reflexão sobre o papel transformador da liderança diante dos grandes desafios contemporâneos, em consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Por meio de oficinas, simulações e projetos extensionistas, o laboratório estimula o desenvolvimento de competências de liderança, o trabalho em equipes interculturais e o contato direto com a diversidade socioeconômica e cultural — tanto em contextos locais quanto internacionais. O objetivo é formar líderes capazes de integrar conhecimento, empatia e responsabilidade na construção de soluções inovadoras para um mundo mais justo, colaborativo e sustentável.

Em particular, as atividades deste laboratório focam em: atuação em times multiculturais/diversos. Assim, visa desenvolver competências de gestão intercultural e de trabalho em equipe global, conectando estudantes de diferentes países em experiências práticas de colaboração. Busca aproximar a teoria da prática por meio da resolução de desafios reais de negócios, propostos por empresas, startups ou organizações parceiras.

As atividades podem ocorrer online ou presencialmente e incluem:

- Aulas introdutórias sobre diversidade intercultural, comunicação intercultural e ferramentas de trabalho colaborativo;
- Trabalho em equipe multicultural no campo, no qual grupos internacionais desenvolvem soluções para um desafio empresarial real;
- Relatórios reflexivos, autoavaliação, feedback entre pares e apresentação final, promovendo aprendizado contínuo e desenvolvimento de competências globais.

OBJETIVO GERAL

Contribuir para a formação de lideranças éticas, colaborativas e transculturais, capazes de atuar estrategicamente em contextos globais complexos e interdependentes. O programa busca desenvolver competências de gestão intercultural e de trabalho em equipe multicultural, aproximando teoria e prática por meio da resolução de desafios reais e da integração entre ensino, pesquisa e extensão, em alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover o desenvolvimento de competências de liderança voltadas à gestão de equipes diversas e interculturais, à tomada de decisão ética e à atuação responsável em ambientes globais.
- Estimular a reflexão crítica sobre o papel das lideranças diante dos desafios sociais, ambientais e econômicos contemporâneos.
- Proporcionar experiências práticas de aprendizagem colaborativa, por meio de projetos realizados em equipes multiculturais que solucionam problemas reais de empresas, startups ou organizações sociais parceiras.
- Ampliar o contato dos participantes com diferentes realidades socioeconômicas e culturais, fortalecendo empatia, comunicação intercultural e sensibilidade social.
- Fomentar o engajamento com os ODS e com iniciativas locais e globais voltadas à sustentabilidade, à inovação e à responsabilidade social.
- Consolidar o Laboratório Extensionista de Lideranças Globais e Sustentabilidade como espaço permanente de formação, experimentação e diálogo intercultural voltado ao desenvolvimento de lideranças globais e transculturais.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A. Oficinas introdutórias

- Reflexão sobre liderança, diversidade cultural e sustentabilidade.
- Dinâmicas curtas e debates guiados voltados ao desenvolvimento de competências de colaboração e comunicação intercultural, estimulando empatia e trabalho em equipe global.

B. Estudos de caso e discussões em grupo

- Análise de situações reais que envolvem dilemas culturais, éticos e ambientais em contextos organizacionais internacionais, promovendo reflexão crítica e tomada de decisão responsável.
- Ênfase no diálogo e na construção de soluções coletivas para desafios globais.

C. Projeto extensionista com colaboração internacional

- Desenvolvimento de um projeto em equipes multiculturais formadas por estudantes de diferentes países, utilizando plataforma digital colaborativa para comunicação e gestão de tarefas (plataforma X-culture).
- Os participantes vivenciam desafios reais de trabalho global, como lidar com diferenças de cultura e background, fusos horários, estilos de comunicação, expectativas diversas e formas distintas de tomada de decisão.

- Solução de um desafio proposto por uma empresa, startup ou organização parceira vinculada aos ODS, estimulando aprendizado prático sobre gestão intercultural, negociação e liderança colaborativa.
- As entregas incluem relatório de análise, autoavaliação, feedback entre pares e apresentação final, consolidando o desenvolvimento de competências para atuação em contextos internacionais complexos e interdependentes.

- Esta atividade durará de Dois de março a 26 de abril, 2026

D, Reflexão individual e coletiva

- Breves registros sobre aprendizados e competências desenvolvidas.
- Conversas de acompanhamento ou rodas de feedback.
- Encontro final de integração
- Apresentação das experiências e trocas entre os participantes.

Obs.: Alguns estudantes que, por razões justificadas, não possam participar dos times virtuais internacionais poderão desenvolver um trabalho alternativo de caráter extensionista, a saber: a elaboração de um projeto local aplicado aos ODS, em parceria com uma organização, comunidade ou iniciativa social.

Esse trabalho deverá articular os princípios de liderança colaborativa, diversidade e sustentabilidade, resultando em um relatório reflexivo sobre o aprendizado obtido e os impactos gerados no contexto local. Precisará ser conversado previamente com o professor

FORMAS DE AVALIAÇÃO

- Apresentações e participação 50%
- Atividade de campo 50% (relatório final)

PROGRAMAÇÃO DETALHADA DO CURSO (AULA A AULA)

Aula	Datas	Atividades	Observações, recursos, materiais didáticos
1	27/02	Apresentação do curso e projeto x-culture e como funcionará	Invite times no dia Dois de março
2	06/03	Atuação em times multiculturais/diversos. Fase inicial de atuação nos times internacionais	Utilização da plataforma, campo, ação extensionista. Meu email para tirar dúvidas: glufkereis@ufpr (enviar pelo email, não chat)
3	13/03	Dúvidas. Acompanhamento e discussão em sala sobre a atividade extensionista, prática reflexiva, dificuldades e formas de gerenciar. Próximos passos. Atuação em times multiculturais/diversos (seguem em paralelo)	Discussão e feedback, Literatura do curso, campo
4	20/03	Atuação em times multiculturais/diversos	Utilização da plataforma, campo, ação extensionista
5	27/03	Acompanhamento e discussão em sala sobre a atividade extensionista, prática reflexiva, dificuldades e formas de gerenciar. Próximos passos. Atuação em times multiculturais/diversos (seguem em paralelo)	Discussão e feedback, Literatura do curso, campo
6	10/04	Atuação em times multiculturais/diversos	Utilização da plataforma, campo, ação extensionista
7	17/04	Acompanhamento e discussão em sala sobre a atividade extensionista, prática reflexiva, dificuldades e formas de gerenciar. Próximos passos. Atuação em times multiculturais/diversos	Discussão e feedback, Literatura do curso, campo
8	24/04	Atuação em times multiculturais/diversos, fechamento dos projetos nas equipes	Discussão e feedback, Literatura do curso, campo
9	08/05	Rodas de conversa sobre a experiência multiculturais e lições aprendidas	Literatura do curso e caso
10	15/05	Rodas de conversa sobre a experiência multiculturais e lições aprendidas	Literatura do curso e caso
11	22/05	Rodas de conversa sobre a experiência multiculturais e lições aprendidas	Literatura do curso e caso

12	29/05	Apresentações e Reflexão individual e coletiva (gupos)	
13	05/06	Apresentações e Reflexão individual e coletiva (grupos)	
14	12/05	Exercício final: lessons learned e o que levo na mochila (frame)	
15	19/06	Fechamento	
EXAME	26/06		

Bibliografia

Menegon, L. F., Reis, G. G., & Sarfati, G. (2013). Gestão em ambientes multiculturais. São Paulo: Atlas.

Charan, R. (2024). Pipeline de liderança 3.0: Como desenvolver líderes na era digital. Sextante.

Schad, J., & Smith, W. K. (2019). Addressing grand challenges' paradoxes: Leadership skills to manage inconsistencies. *Journal of Leadership Studies*, 12(4), 55-59.

Boeske, J. (2023). Leadership towards sustainability: a review of sustainable, sustainability, and environmental leadership. *Sustainability*, 15(16), 12626.

Boas, O. T. & Davel, E. (2018). Liderança como prática intercultural: Liderança em projetos internacionais na organização Rotary. *Revista de Psicologia*, 9(2), 200-214.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Produtos e Marcas		Código: SAOB27						
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>						
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH						
CH Total: 60h	CH Semanal: 4h	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):								

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de produto. Tipologias de produto. Ciclo de vida do produto. Inovação de produtos. Pesquisa de produto. Desenvolvimento de produto. Análise de viabilidade do produto. Lançamento de produto. Estratégias de portfólio de produto. Conceito de marca. Valor de marca. Posicionamento de marca. Elementos de marca. Arquitetura de marca. Extensão de marca.

PROGRAMA

- 1. Conceito de produto.** Introdução. Diferença entre produtos e serviços. Níveis de produto. Dimensões do produto.
- 2. Tipologias de produto.** Classificações de produto. Tipos de produtos consumidores e empresariais.
- Estratégias de portfólio de produto.** O mix de produtos. Amplitude, extensão, profundidade. Decisões de mix de produto.
- 4. Ciclo de vida do produto.** O desenvolvimento de linhas de produtos. Decisões de produtos. **Inovação de produtos.** A importância da inovação. O estudo da inovação. Modelos de inovação. A inovação como processo de gestão. A empresa inovadora. Criatividade.
- 5. Pesquisa de produto:** consumidores e concorrência. Pesquisa de mercado. Teste de novos produtos. **Desenvolvimento de produto:** etapas do processo, técnicas e ferramentas. Planejamento de um novo produto. Estratégia de desenvolvimento de produtos. O processo de desenvolvimento de novos produtos.
- Comportamento do consumidor.**
- 6. Análise de viabilidade do produto:** técnica, jurídica, econômica e ambiental. **Lançamento de produto.** Atividades e processos de lançamento.
- 7. Conceito de marca.** Marcas e gestão de marca. **Valor de marca:** financeiro e baseado no cliente. O conceito de *brand equity*. *Brand equity* baseado no cliente.
- 8. Posicionamento de marca.** Estabelecimento, diretrizes e determinação de valores de marca. **Elementos de marca:** construção de identidade. Critérios e estratégias na escolha de elementos de marca. Embalagem e rotulagem.
- 9. Arquitetura de marca:** hierarquia e organização do portfólio de marcas. **Extensão de marca:** estratégias e técnicas. Vantagens, desvantagens e oportunidades de extensão de marca.

OBJETIVO GERAL

Transmitir aos estudantes os conceitos básicos de produtos e marcas, destacando a importância da ação voltada para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa, visando à reflexão, análise e discussão para desenvolver e avaliar estratégias de produtos e de marcas.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Desenvolver uma percepção prática da utilização de produtos e marcas no dia a dia;
Diferenciar produtos e serviços;
Perceber os produtos utilizados no dia a dia e suas categorias;
Conhecer a dinâmica do ciclo de vida dos produtos;
Analisa o mix de produtos de uma empresa real suas linhas de produtos;
Perceber produtos novos que podem ser lançados no mercado;
Entender a diferença entre linha de produtos com marca de rótulo próprio e linha de produtos de marca de fabricante;
Compreender a importância da criação e revitalização da marca;
Reconhecer a importância da embalagem, da rotulagem e da garantia na criação de valor para o consumidor;
Realizar leituras e apresentações de estudos de caso de marcas;
Aprender o desenvolvimento dos quatro pilares da marca;
Analisa o posicionamento da marca;
Desenvolver competências humanas: de comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito, de comunicação profissional e interpessoal, de liderança de indivíduos e equipes de trabalho;
Desenvolver competências analítico-decisórias: de autoconhecimento, autoavaliação e aprimoramento constante de conhecimentos, habilidades e competências, de autonomia de aprendizagem, decisão e ação.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será composta de aulas expositivas presenciais (com slides disponibilizados antecipadamente) e de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas). As atividades orientadas (individuais e em equipe) serão disponibilizadas na sala de aula virtual (Plataforma Teams) e deverão ser entregues de forma impressa (ou manual), em sala de aula presencial, e serão compostas de temas referentes a estratégias de produtos e de marcas.

Em cada aula haverá explicação da atividade a ser entregue e da forma de avaliação da referida atividade (será disponibilizada a rubrica de avaliação de cada atividade).

A comunicação será feita via Plataforma Teams e e-mail institucional. Dentre as atividades propostas durante a disciplina estão o uso de livros, artigos, vídeos e material promocional, casos, atividades dialogadas e avaliação e desenvolvimento de estratégias de produtos e de marcas, além de palestras proferidas por ministrantes qualificados no mercado.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação depende da nota e da frequência do aluno.

Provas Bimestrais (uma em cada bimestre) e Atividades Orientadas (individuais e em equipe). As Atividades Orientadas são utilizadas também para controle de frequência.

A média semestral do aluno resultará do somatório das notas das provas e das atividades (individuais e em equipe). Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	FORMA DE ENTREGA	DATA DE ENTREGA	FREQUÊNCIA	PESO NA NOTA	PONTOS NA NOTA
Atividade individual	Meu compromisso	Impresso, em sala de aula	04/03/26	1 presença em 25/02	NA	NA
Atividade 1 individual	Meu diário de consumidor	Impresso, em sala de aula	11/03/26	1 presença em 04/03	20%	100
Atividade 2 em equipe	Linha de produtos	Apresentar em sala vale a presença de 01/04	01/04/26	1 presença em 11/03 e em 25/03 apresentar vale a presença de 01/04	10%	100
Atividade extra individual	Ciclo de Vida	Impresso, em sala de aula	18/03/26	NA	extra	5
Prova 1 (individual)	Formulário; questões abertas e objetivas	Prova escrita, em sala de aula	15/04/26	4 presenças em 15/04	70%	100
Atividade 3 em equipe	Produtos de marca própria	Apresentar em sala vale a presença de 13/05	13/05/26	1 presença em 22/04; 29/04 e 06/05; apresentar vale a presença de 13/05	20%	100
Atividade 4 em equipe	Melhores práticas; casos de marcas	Impresso; em sala vale a presença de 20/05	27/05/26	1 presença em 20/05; Concluir em sala vale a presença de 27/05	10%	100
Prova 2 (individual)	Formulário; questões abertas e objetivas	Prova escrita, em sala de aula	03/06/26	4 presenças em 03/06	70%	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- BOONE, L. E., KURTZ, D. L. **Marketing contemporâneo**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- CHURCHIL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
- GOBE, A. C. et al. **Gerência de produtos**. Editora Saraiva, 2012.
- KELLER, K. L; MACHADO, M. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

ROCHA, Marcos Donizete, A.; OLIVEIRA, Sérgio Luís Ignacio de. **Gestão estratégica de marcas** (Coleção Marketing em Tempos Modernos). Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Saraiva, 2017.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca**: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 5.ed. Grupo A, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

AAKER, D. A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007

AAKER, D. A.; JOACHIMSTHALER, E. **Como construir marcas líderes**. Porto Alegre: Bookman, 2007

BARBOSA FILHO, A. N. **Projeto e desenvolvimento de produtos**. Atlas, 2009.

BAXTER, M. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Blucher, 2011.

CARVALHO, H. G. de; REIS, D. R. do; CAVALCANTE, M. B. **Gestão da inovação**. Curitiba: Aymará, 2011. 136 p.

CRAWFORD, M.; DI BENEDETTO, A. **Gestão de novos produtos**. 11.ed. Grupo A, 2016.

GEHLEN, R. Z. C. et al. **Desenvolvimento de produtos**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

KAPFERER, J-N. **As marcas, capital da empresa**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

LAS CASAS, A. L. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MACHADO, M. C., TOLEDO, N. N. **Gestão do processo de desenvolvimento de produtos**. Atlas, 2008.

MATTAR, F. N. **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados**. Atlas, 2009.

MELO, B. et al. **Gestão de marcas**. Grupo A, 2018.

Trott, P. J. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4.ed. Grupo A, 2012.

Cronograma / Datas de provas / Atividades / Exame

Dia	Assunto	Obs
25/02/2026 Aula 1	Dinâmica das expectativas. O que os alunos esperam da disciplina. Visão geral da disciplina. Apresentação do plano de ensino. 1. Conceito de produto. Introdução. Diferença entre produtos e serviços. Níveis de produto.	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado. Atividade individual: Meu compromisso A partir da dinâmica das expectativas, meu compromisso com a disciplina. Entrega em 04/3 (vale presença para 25/2)
04/03/2026 Aula 2	2. Tipologias de produto. Dimensões do produto. Tipos de produtos consumidores e empresariais.	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado. Atividade 1, Individual: Meu diário de consumidor Entrega em 11/3 (vale presença para 04/3)

11/03/2026 Aula 3	3. Estratégias de portfólio de produtos. O desenvolvimento de linhas de produtos. Decisões de produtos.	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Divisão das equipes para os trabalhos em equipe no semestre.</p> <p>Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>(Adaptada de Boone e Kurtz, 2009, p. 405).</p> <p>Apresentação em 01/4 (vale presença para 11/3, 25/3 e 01/4)</p>
18/03/2026 Aula 4	<p>4. Ciclo de vida do produto. Pesquisa de produto: consumidores e concorrência. Desenvolvimento de produto: etapas do processo, técnicas e ferramentas. Serviços.</p> <p>Orientação para a Atividade 2.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Observação: Atividade ponto extra: Ciclo de Vida (em sala).</p> <p>(vale presença para 18/3)</p> <p>Continuação Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>(Adaptada de Boone e Kurtz, 2009, p. 405).</p> <p>Apresentação em 01/4 (vale presença para 11/3, 25/3 e 01/4)</p>
25/03/2026 Aula 5	5. Pesquisa de produto: consumidores e concorrência. Desenvolvimento de produto: etapas do processo, técnicas e ferramentas.	<p>Continuação Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>Apresentação em 01/4 (vale presença para 11/3, 25/3 e 01/4)</p>
01/04/2026 Aula 6	Apresentação dos trabalhos em equipe (Atividade 2)	<p>Apresentação da Atividade 2</p> <p>Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>Apresentação em 01/4 (vale presença para 11/3, 25/3 e 01/4)</p>
08/04/2026 Aula 7	6. Inovação de produtos. A importância da inovação. O estudo da inovação. Modelos de inovação. A inovação como processo de gestão. A empresa inovadora. Criatividade.	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Revisão para a prova de 15/04</p>
15/04/2026 Aula 8	Prova Bimestral	Aplicação da Prova 1, individual, escrita (70%)

<p>22/04/2026</p> <p>Aula 9</p>	<p>Devolutiva das provas e dos trabalhos</p> <p>7. Conceito de marca. Valor de marca: financeiro e baseado no cliente. O conceito de brand equity. Brand equity baseado no cliente.</p>	<p>Entrega das provas e trabalhos para conferência por parte do aluno.</p> <p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade 3, em equipe: Produtos de marca própria (Adaptada de Churchill e Peter, 2000, p. 258). Apresentação em 13/5 (vale presença para 22/4, 29/4, 06/5 e 13/5)</p>
<p>29/04/2026</p> <p>Aula 10</p>	<p>8. Posicionamento de marca. Elementos de marca: construção de identidade. Embalagem e rotulagem.</p> <p>Orientação para a Atividade 3.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Continuação Atividade 3, em equipe: Produtos de marca própria. Apresentação em 13/5 (vale presença para 22/4, 29/4, 06/5 e 13/5)</p>
<p>06/05/2026</p> <p>Aula 11</p>	<p>9. Arquitetura de marca: hierarquia e organização do portfólio de marcas. Extensão de marca: estratégias e técnicas.</p> <p>Orientação para a Atividade 3.</p>	<p>Continuação Atividade 3, em equipe: Produtos de marca própria. Apresentação em 06/5 (vale presença para 15/4, 22/4, 29/4 e 06/5)</p>
<p>13/05/2026</p> <p>Aula 12</p>	<p>Apresentação dos trabalhos em equipe (Atividade 3)</p>	<p>Apresentação da Atividade 3</p> <p>Atividade 3, em equipe: Produtos de marca própria. Apresentação em 13/5 (vale presença para 22/4, 29/4, 06/5 e 13/5)</p>
<p>20/05/2026</p> <p>Aula 13</p>	<p>Melhores práticas e posicionamento estratégico</p> <p>Orientação para a Atividade 4.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Elaboração dos estudos da Atividade 4: casos de marcas (em equipe).</p> <p>Atividade 4, em equipe: Melhores práticas, casos de marcas (orientação)</p> <p>(Adaptada de Wheeler, 2019, p. 210-308)</p> <p>Entrega em 27/5 (vale presença para 20/5 e 27/5)</p>
<p>27/05/2026</p> <p>Aula 14</p>	<p>Continuação em sala dos trabalhos em equipe (Atividade 4)</p> <p>Avaliação do compromisso</p> <p>Revisão para a prova de 03/06</p>	<p>Entrega da Atividade 4, em equipe: Melhores práticas, casos de marcas (orientação)</p> <p>(Adaptada de Wheeler, 2019, p. 210-308)</p> <p>Entrega em 27/5 (vale presença para 20/5 e 27/5)</p>

03/06/2026 Aula 15	Prova Bimestral	Aplicação da Prova 2, individual, escrita (70%)
01/07/2026	Exame Final	Exames Finais: 29/06 a 04/07/2026



Documento assinado eletronicamente por **DENISE MARIA WORANOVICZ CARVALHO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 11/12/2025, às 20:23, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador 8466221 e o código CRC C614E48E.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Produtos e Marcas		Código: SAOB27						
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>						
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH						
CH Total: 60h	CH Semanal: 4h	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):								

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de produto. Tipologias de produto. Ciclo de vida do produto. Inovação de produtos. Pesquisa de produto. Desenvolvimento de produto. Análise de viabilidade do produto. Lançamento de produto. Estratégias de portfólio de produto. Conceito de marca. Valor de marca. Posicionamento de marca. Elementos de marca. Arquitetura de marca. Extensão de marca.

PROGRAMA

- 1. Conceito de produto.** Introdução. Diferença entre produtos e serviços. Níveis de produto. Dimensões do produto.
- 2. Tipologias de produto.** Classificações de produto. Tipos de produtos consumidores e empresariais.
- Estratégias de portfólio de produto.** O mix de produtos. Amplitude, extensão, profundidade. Decisões de mix de produto.
- 4. Ciclo de vida do produto.** O desenvolvimento de linhas de produtos. Decisões de produtos. **Inovação de produtos.** A importância da inovação. O estudo da inovação. Modelos de inovação. A inovação como processo de gestão. A empresa inovadora. Criatividade.
- 5. Pesquisa de produto:** consumidores e concorrência. Pesquisa de mercado. Teste de novos produtos. **Desenvolvimento de produto:** etapas do processo, técnicas e ferramentas. Planejamento de um novo produto. Estratégia de desenvolvimento de produtos. O processo de desenvolvimento de novos produtos.
- Comportamento do consumidor.**
- 6. Análise de viabilidade do produto:** técnica, jurídica, econômica e ambiental. **Lançamento de produto.** Atividades e processos de lançamento.
- 7. Conceito de marca.** Marcas e gestão de marca. **Valor de marca:** financeiro e baseado no cliente. O conceito de *brand equity*. *Brand equity* baseado no cliente.
- 8. Posicionamento de marca.** Estabelecimento, diretrizes e determinação de valores de marca. **Elementos de marca:** construção de identidade. Critérios e estratégias na escolha de elementos de marca. Embalagem e rotulagem.
- 9. Arquitetura de marca:** hierarquia e organização do portfólio de marcas. **Extensão de marca:** estratégias e técnicas. Vantagens, desvantagens e oportunidades de extensão de marca.

OBJETIVO GERAL

Transmitir aos estudantes os conceitos básicos de produtos e marcas, destacando a importância da ação voltada para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa, visando à reflexão, análise e discussão para desenvolver e avaliar estratégias de produtos e de marcas.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Desenvolver uma percepção prática da utilização de produtos e marcas no dia a dia;
Diferenciar produtos e serviços;
Perceber os produtos utilizados no dia a dia e suas categorias;
Conhecer a dinâmica do ciclo de vida dos produtos;
Analisa o mix de produtos de uma empresa real suas linhas de produtos;
Perceber produtos novos que podem ser lançados no mercado;
Entender a diferença entre linha de produtos com marca de rótulo próprio e linha de produtos de marca de fabricante;
Compreender a importância da criação e revitalização da marca;
Reconhecer a importância da embalagem, da rotulagem e da garantia na criação de valor para o consumidor;
Realizar leituras e apresentações de estudos de caso de marcas;
Aprender o desenvolvimento dos quatro pilares da marca;
Analisa o posicionamento da marca;
Desenvolver competências humanas: de comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito, de comunicação profissional e interpessoal, de liderança de indivíduos e equipes de trabalho;
Desenvolver competências analítico-decisórias: de autoconhecimento, autoavaliação e aprimoramento constante de conhecimentos, habilidades e competências, de autonomia de aprendizagem, decisão e ação.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será composta de aulas expositivas presenciais (com slides disponibilizados antecipadamente) e de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas). As atividades orientadas (individuais e em equipe) serão disponibilizadas na sala de aula virtual (Plataforma Teams) e deverão ser entregues de forma impressa (ou manual), em sala de aula presencial, e serão compostas de temas referentes a estratégias de produtos e de marcas.

Em cada aula haverá explicação da atividade a ser entregue e da forma de avaliação da referida atividade (será disponibilizada a rubrica de avaliação de cada atividade).

A comunicação será feita via Plataforma Teams e e-mail institucional. Dentre as atividades propostas durante a disciplina estão o uso de livros, artigos, vídeos e material promocional, casos, atividades dialogadas e avaliação e desenvolvimento de estratégias de produtos e de marcas, além de palestras proferidas por ministrantes qualificados no mercado.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação depende da nota e da frequência do aluno.

Provas Bimestrais (uma em cada bimestre) e Atividades Orientadas (individuais e em equipe). As Atividades Orientadas são utilizadas também para controle de frequência.

A média semestral do aluno resultará do somatório das notas das provas e das atividades (individuais e em equipe). Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). A nota semestral da disciplina será composta da seguinte maneira:

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	FORMA DE ENTREGA	DATA DE ENTREGA	FREQUÊNCIA	PESO NA NOTA	PONTOS NA NOTA
Atividade individual	Meu compromisso	Impresso, em sala de aula	04/03/26	1 presença em 25/02	NA	NA
Atividade 1 individual	Meu diário de consumidor	Impresso, em sala de aula	11/03/26	1 presença em 04/03	20%	100
Atividade 2 em equipe	Linha de produtos	Apresentar em sala vale a presença de 01/04	01/04/26	1 presença em 11/03 e em 25/03 apresentar vale a presença de 01/04	10%	100
Atividade extra individual	Ciclo de Vida	Impresso, em sala de aula	18/03/26	NA	extra	5
Prova 1 (individual)	Formulário; questões abertas e objetivas	Prova escrita, em sala de aula	15/04/26	4 presenças em 15/04	70%	100
Atividade 3 em equipe	Produtos de marca própria	Apresentar em sala vale a presença de 13/05	13/05/26	1 presença em 22/04; 29/04 e 06/05; apresentar vale a presença de 13/05	20%	100
Atividade 4 em equipe	Melhores práticas; casos de marcas	Impresso; em sala vale a presença de 20/05	27/05/26	1 presença em 20/05; Concluir em sala vale a presença de 27/05	10%	100
Prova 2 (individual)	Formulário; questões abertas e objetivas	Prova escrita, em sala de aula	03/06/26	4 presenças em 03/06	70%	100

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- BOONE, L. E., KURTZ, D. L. **Marketing contemporâneo**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- CHURCHIL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing**: criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000.
- GOBE, A. C. et al. **Gerência de produtos**. Editora Saraiva, 2012.
- KELLER, K. L; MACHADO, M. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

ROCHA, Marcos Donizete, A.; OLIVEIRA, Sérgio Luís Ignacio de. **Gestão estratégica de marcas** (Coleção Marketing em Tempos Modernos). Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Saraiva, 2017.

WHEELER, A. **Design de identidade da marca**: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 5.ed. Grupo A, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

AAKER, D. A. **Construindo marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2007

AAKER, D. A.; JOACHIMSTHALER, E. **Como construir marcas líderes**. Porto Alegre: Bookman, 2007

BARBOSA FILHO, A. N. **Projeto e desenvolvimento de produtos**. Atlas, 2009.

BAXTER, M. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Blucher, 2011.

CARVALHO, H. G. de; REIS, D. R. do; CAVALCANTE, M. B. **Gestão da inovação**. Curitiba: Aymará, 2011. 136 p.

CRAWFORD, M.; DI BENEDETTO, A. **Gestão de novos produtos**. 11.ed. Grupo A, 2016.

GEHLEN, R. Z. C. et al. **Desenvolvimento de produtos**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

KAPFERER, J-N. **As marcas, capital da empresa**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

LAS CASAS, A. L. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MACHADO, M. C., TOLEDO, N. N. **Gestão do processo de desenvolvimento de produtos**. Atlas, 2008.

MATTAR, F. N. **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados**. Atlas, 2009.

MELO, B. et al. **Gestão de marcas**. Grupo A, 2018.

Trott, P. J. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4.ed. Grupo A, 2012.

Cronograma / Datas de provas / Atividades / Exame

Dia	Assunto	Obs
25/02/2026 Aula 1	Dinâmica das expectativas. O que os alunos esperam da disciplina. Visão geral da disciplina. Apresentação do plano de ensino. 1. Conceito de produto. Introdução. Diferença entre produtos e serviços. Níveis de produto.	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado. Atividade individual: Meu compromisso A partir da dinâmica das expectativas, meu compromisso com a disciplina. Entrega em 04/3 (vale presença para 25/2)
04/03/2026 Aula 2	2. Tipologias de produto. Dimensões do produto. Tipos de produtos consumidores e empresariais.	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado. Atividade 1, Individual: Meu diário de consumidor Entrega em 11/3 (vale presença para 04/3)

11/03/2026 Aula 3	3. Estratégias de portfólio de produtos. O desenvolvimento de linhas de produtos. Decisões de produtos.	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Divisão das equipes para os trabalhos em equipe no semestre.</p> <p>Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>(Adaptada de Boone e Kurtz, 2009, p. 405).</p> <p>Apresentação em 01/4 (vale presença para 11/3, 25/3 e 01/4)</p>
18/03/2026 Aula 4	<p>4. Ciclo de vida do produto. Pesquisa de produto: consumidores e concorrência. Desenvolvimento de produto: etapas do processo, técnicas e ferramentas. Serviços.</p> <p>Orientação para a Atividade 2.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Observação: Atividade ponto extra: Ciclo de Vida (em sala).</p> <p>(vale presença para 18/3)</p> <p>Continuação Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>(Adaptada de Boone e Kurtz, 2009, p. 405).</p> <p>Apresentação em 01/4 (vale presença para 11/3, 25/3 e 01/4)</p>
25/03/2026 Aula 5	5. Pesquisa de produto: consumidores e concorrência. Desenvolvimento de produto: etapas do processo, técnicas e ferramentas.	<p>Continuação Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>Apresentação em 01/4 (vale presença para 11/3, 25/3 e 01/4)</p>
01/04/2026 Aula 6	Apresentação dos trabalhos em equipe (Atividade 2)	<p>Apresentação da Atividade 2</p> <p>Atividade 2, em equipe: Linha de produtos</p> <p>Apresentação em 01/4 (vale presença para 11/3, 25/3 e 01/4)</p>
08/04/2026 Aula 7	6. Inovação de produtos. A importância da inovação. O estudo da inovação. Modelos de inovação. A inovação como processo de gestão. A empresa inovadora. Criatividade.	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Revisão para a prova de 15/04</p>
15/04/2026 Aula 8	Prova Bimestral	Aplicação da Prova 1, individual, escrita (70%)

<p>22/04/2026</p> <p>Aula 9</p>	<p>Devolutiva das provas e dos trabalhos</p> <p>7. Conceito de marca. Valor de marca: financeiro e baseado no cliente. O conceito de brand equity. Brand equity baseado no cliente.</p>	<p>Entrega das provas e trabalhos para conferência por parte do aluno.</p> <p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Atividade 3, em equipe: Produtos de marca própria (Adaptada de Churchill e Peter, 2000, p. 258). Apresentação em 13/5 (vale presença para 22/4, 29/4, 06/5 e 13/5)</p>
<p>29/04/2026</p> <p>Aula 10</p>	<p>8. Posicionamento de marca. Elementos de marca: construção de identidade. Embalagem e rotulagem.</p> <p>Orientação para a Atividade 3.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Continuação Atividade 3, em equipe: Produtos de marca própria. Apresentação em 13/5 (vale presença para 22/4, 29/4, 06/5 e 13/5)</p>
<p>06/05/2026</p> <p>Aula 11</p>	<p>9. Arquitetura de marca: hierarquia e organização do portfólio de marcas. Extensão de marca: estratégias e técnicas.</p> <p>Orientação para a Atividade 3.</p>	<p>Continuação Atividade 3, em equipe: Produtos de marca própria. Apresentação em 06/5 (vale presença para 15/4, 22/4, 29/4 e 06/5)</p>
<p>13/05/2026</p> <p>Aula 12</p>	<p>Apresentação dos trabalhos em equipe (Atividade 3)</p>	<p>Apresentação da Atividade 3</p> <p>Atividade 3, em equipe: Produtos de marca própria. Apresentação em 13/5 (vale presença para 22/4, 29/4, 06/5 e 13/5)</p>
<p>20/05/2026</p> <p>Aula 13</p>	<p>Melhores práticas e posicionamento estratégico</p> <p>Orientação para a Atividade 4.</p>	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p> <p>Elaboração dos estudos da Atividade 4: casos de marcas (em equipe).</p> <p>Atividade 4, em equipe: Melhores práticas, casos de marcas (orientação)</p> <p>(Adaptada de Wheeler, 2019, p. 210-308)</p> <p>Entrega em 27/5 (vale presença para 20/5 e 27/5)</p>
<p>27/05/2026</p> <p>Aula 14</p>	<p>Continuação em sala dos trabalhos em equipe (Atividade 4)</p> <p>Avaliação do compromisso</p> <p>Revisão para a prova de 03/06</p>	<p>Entrega da Atividade 4, em equipe: Melhores práticas, casos de marcas (orientação)</p> <p>(Adaptada de Wheeler, 2019, p. 210-308)</p> <p>Entrega em 27/5 (vale presença para 20/5 e 27/5)</p>

03/06/2026 Aula 15	Prova Bimestral	Aplicação da Prova 2, individual, escrita (70%)
01/07/2026	Exame Final	Exames Finais: 29/06 a 04/07/2026



Documento assinado eletronicamente por **DENISE MARIA WORANOVICZ CARVALHO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 11/12/2025, às 20:24, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador 8466231 e o código CRC **DB09BBEF**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Coordenação do Curso de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Decisão de Investimento		Código: SAOB06	
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa		 (X) Semestral () Anual () Modular	
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH	
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	Laboratório (LB): Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): 15h total/1h semanal	Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Técnicas e conceitos de gestão financeira de longo prazo, incluindo as decisões de investimentos, a análise de projetos de empresas tradicionais e de startups e a valoração de ativos – Valuation.

PROGRAMA

1. Risco e Retorno
 - 1.1 Fundamentos de risco e retorno
 - 1.2 Risco de um ativo individual
 - 1.3 Risco de uma carteira
 - 1.4 Risco e retorno: modelo CAPM
2. Taxas de juros e avaliação de obrigações
 - 2.1 Taxas de juros e retornos requeridos
 - 2.2 Obrigações privadas
 - 2.3 Fundamentos de avaliação
 - 2.4 Avaliação de obrigações
3. Avaliação de ações
 - 3.1 Diferenças entre capital de terceiros e capital próprio
 - 3.2 Ações ordinárias e ações preferenciais

3.3 Avaliação de ações ordinárias
3.4 Tomada de decisão e valor da ação ordinária

4 Fluxos de caixa para orçamento de capital
4.1 Tomada de decisão no processo de orçamento de capital
4.2 Fluxos de caixa relevantes
4.3 Determinação do investimento inicial
4.4 Determinação das entradas de caixa operacionais
4.5 Determinação do fluxo de caixa terminal
4.6 Síntese dos fluxos de caixa relevantes

5 Técnicas de orçamento de capital
5.1 Visão geral das técnicas de orçamento de capital
5.2 Período de Payback
5.3 Valor presente líquido (VPL)
5.4 Taxa interna de retorno (TIR)
5.5 Comparação das técnicas de VPL e TIR

6 Risco e refinamento no processo de orçamento de capital
6.1 Introdução ao risco em orçamento de capital
6.2 Abordagens comportamentais para lidar com o risco
6.3 Considerações quanto ao risco internacional
6.4 Taxas de desconto ajustadas ao risco
6.5 Refinamento do orçamento de capital

OBJETIVO GERAL

Apresentar e discutir os principais conceitos e instrumentos da decisão de investimento de capital.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Especificamente pretende-se que o aluno seja capaz de avaliar a decisão de investimento sobre Títulos (Bonds), Ações e Investimento em Capital, dominando as técnicas de elaboração de fluxo de caixa, definição de taxa de retorno requerido, cálculo e análise das principais técnicas de avaliação de investimento.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Procedimentos didáticos:

A relação com os alunos se dará por meio da Plataforma Teams do Microsoft Office 365. Nesta plataforma serão postados os materiais de texto da disciplina, tutoriais, documentos, as atividades a serem desenvolvidas, fóruns de dúvidas e tudo o mais que será feito ao longo da disciplina.

As aulas serão presenciais,

A disciplina está montada para ocorrer em 15 semanas. Em cada semana o aluno vencerá 4,0 horas da disciplina. Terá três horas de aula presencial com o professor. Terá 1 hora semanal com atividades propostas em Roteiros de Estudos disponibilizado para cada semana, com as respectivas atividades a serem desenvolvidas e postadas na plataforma.

Os textos da bibliografia básica estão disponíveis na base MINHA BIBLIOTECA com livre acesso aos alunos pelo Portal:

<https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/>

FORMAS DE AVALIAÇÃO

As atividades serão aplicadas em cada semana de aula valendo até 10 pontos cada. As entregas das atividades nos prazos estabelecidos também contarão na nota.

As provas individuais serão realizadas de forma presencial. Serão duas provas aplicadas ao longo do período da disciplina.

Descrição	Peso
Atividades Remotas	20%
Provas Individuais ao longo da disciplina	80%
Total	100%

A média semestral do aluno resultará da média ponderada entre as notas das atividades remotas e provas individuais.

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

DAMODARAN, A. *Valuation - Como Avaliar Empresas e Escolher as Melhores Ações*. São Paulo: GEN LTC, 2012.

GITMAN, L. *Administração Financeira*. 14^a ed. São Paulo: Pearson, 2017.

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. *Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras*. 4^a ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BRIGHAN, E.; EHRHARDT, M. *Administração Financeira. Teoria e Prática*. 3^a Ed. São Paulo: Cengage, 2016. KOLLER, T; GOEDHART, M.; WESSELS, D. *Avaliação de empresas – Valuation*. 7^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2022.

DAMODARAN, A. *Avaliação de Empresas*. 2^a ed. São Paulo: GEN LTC, 2007.

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. *Fundamentos de Finanças Empresariais*. 2^a ed. Rio de Janeiro: GEN - Elsevier, 2022.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D.; LAMB, R. *Fundamentos de Administração Financeira*. 10^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
Coordenação do Curso de Administração
Professora: Simone Cristina Ramos

FICHA 02

Disciplina: Gestão e Captação de Pessoas	Código: SAOB15	
Natureza: (X) Obrigatória	(X) Semestral	
Pré-requisito: não há	Co-requisito: não há	Modalidade: (X) Totalmente Presencial
CH Total: 60, sendo CH Semanal: 04		
Padrão (PD): 45 e Orientada (OR): 15		

EMENTA

Histórico e caracterização da área de gestão de pessoas nas organizações. Os papéis do profissional de gestão de pessoas. Planejamento e indicadores de gestão de pessoas. Gestão da captação de pessoas. Processos e técnicas de recrutamento e seleção. Admissão e integração (onboarding). Avaliação dos processos de atração, captação e seleção de pessoas.

PROGRAMA

Histórico e caracterização da área de gestão de pessoas nas organizações

A história da área de gestão de pessoas
Conceito de gestão de pessoas
Os processos de gestão de pessoas
A atuação e os papéis dos profissionais da área de gestão de pessoas

Planejamento e indicadores de gestão de pessoas

Estratégia organizacional e estratégia da área de gestão de pessoas: implicações para a “atração” de pessoas
Employer branding

Gestão da captação de pessoas

Processos e técnicas de recrutamento e seleção
Admissão e integração (onboarding)
Avaliação dos processos de atração, captação e seleção de pessoas

OBJETIVOS

Segundo o PPC 2023, a disciplina tem por objetivo contribuir com as seguintes competências:

COMPETÊNCIAS HUMANAS (CH): comunicação, liderança, cooperação, adaptação, ética e respeito • Competência de comunicação profissional e interpessoal (CH1) • Competência de liderança de indivíduos e equipes de trabalho (CH2) • Competência de trabalho em equipes multidisciplinares e multiculturais (CH3) • Competência de adaptação e resiliência em organizações e ambientes de atuação com níveis distintos de complexidade (CH4) • Competência de reconhecer e aplicar princípios éticos nas relações pessoais, organizacionais e interorganizacionais (CH6) • Competência de reconhecer e respeitar as necessidades e diferenças individuais e sociais (CH7) • Competência de autoconhecimento, autoavaliação e aprimoramento

constante de conhecimentos, habilidades e competências (CH8) • Competência de autonomia de aprendizagem, decisão e ação (CH9)

COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD): gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico • Competência na gestão de recursos e integração de tecnologias adequadas a diferentes oportunidades, problemas e contextos organizacionais (CAD1) •

Competência de tomar decisões fundamentadas em conhecimento teórico e prático multi e interdisciplinar (CAD2) • Competência de reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3) • Competência de avaliar o impacto socioeconômico e ambiental das ações e decisões (CAD4) • Competência de reconhecer e considerar a influência positiva e negativa de diferentes tipos de ambientes e contextos regionais, nacionais e internacionais sobre ações e decisões organizacionais (CAD5) • Competência de reconhecer e desenvolver oportunidades de novos negócios, de novos mercados e de inovação de sistemas e processos (CAD6) • Competência de analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8) • Competência de reconhecer e aproveitar oportunidades de atuação organizacional na solução e aperfeiçoamento das condições sociais, econômicas e ambientais (CAD9)

COMPETÊNCIAS LÓGICO-QUANTITATIVAS (CLQ): reconhecimento, coleta, análise e utilização de dados e ferramentas tecnológicas de apoio à tomada de decisão gerencial; desenvolvimento e aplicação de modelos e sistemas de avaliação § Competência de reconhecer, coletar, analisar e utilizar dados qualitativos e quantitativos na tomada de decisão organizacional (CLQ1)

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina terá como princípio didático norteadora aprendizagem ativa, privilegiando atividades onde o aluno desempenha um papel central e relevante em seu processo de aprendizagem. O ambiente virtual de aprendizagem TEAMS será utilizado como apoio à sala de aula presencial, permitindo a centralização de informações e referências necessárias para o bom andamento das aulas presenciais.

A disciplina conta com quinze horas de atividades orientadas. Elas têm o objetivo de permitir aos estudantes o desenvolvimento de competências metacognitivas (FLAVEL, 1987) como o monitoramento da própria aprendizagem, atenção dirigida aos objetivos de aprendizagem e o contato com os temas a partir do tipo de estímulo ou atividade que mobiliza os processos cognitivos do estudante, promovendo seu maior engajamento. Para cumprir estes objetivos o desenho das atividades propostas como atividades orientadas é flexível, ou seja, o estudante poderá cumprir a entrega delimitada por diversificados caminhos de estudo e aprendizagem. A entrega das atividades orientadas está associada ao sistema de avaliação e presença da disciplina. Serão três entregas no decorrer do trimestre, cada uma delas valendo cinco horas-aula e 5% da nota da disciplina. A descrição detalhada de cada atividade será feita por meio da turma no Teams.

O plano de aula definido a seguir é uma estimativa. Com exceção da prova e o exame final, as outras datas podem ser alteradas por motivos associados ao processo ensino-aprendizagem.

Aula	Data	Tema
01	05/03	Apresentação da disciplina e diagnóstico inicial

02	12/03	Histórico área de gestão de pessoas
03	19/03	Múltiplo papéis do gestor de pessoas
04	26/03	Processos da área de gestão de pessoas
05	02/04	Recrutamento técnicas e práticas
06	09/04	Seleção técnicas e práticas
07	16/04	Onboarding e indicadores
08	23/04	Campo: Desenvolvimento e orientação trabalho produto/serviço
09	30/04	Campo: Desenvolvimento e orientação trabalho produto/serviço
10	07/05	Campo: Desenvolvimento e orientação trabalho produto/serviço
11	14/05	Última orientação trabalhos produto/serviço. Retomada conteúdos da disciplina por núcleo temático.
12	21/05	Palestra com Profissional de Gestão de Pessoas
13	28/05	Entrega e Apresentação Trabalhos produto/serviço
14	11/06	Apresentação Trabalhos produto/serviço
15	18/06	Prova
	15/12	Exame Final

FORMAS DE AVALIAÇÃO

O detalhamento das atividades de avaliação, com instruções e forma de entrega, estará disponível na Plataforma Teams. Tais instruções serão consideradas parte integrante do plano de aula da disciplina.

A nota semestral será composta por trabalhos assíncronos e prova presencial, a saber:

Portfólio de atividades orientadas: 15% da nota semestral;

Trabalho teórico-Prático de desenvolvimento de produto/serviço associado aos temas da disciplina: 40% da nota semestral;

Prova: 45% da nota semestral.

Serão critérios de avaliação: compreensão dos conceitos abordados; compreensão da pergunta e/ou tarefa; clareza discursiva e analítica; produção em conformidade com os textos e conteúdos solicitados. Não serão aceitos trabalhos entregues fora do prazo ou por e-mail.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ALMEIDA, W. Captação e seleção de talentos: repensando a teoria e a prática. São Paulo: Atlas, 2004.

BOHLANDER, G. W.; SNELL, S. A. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

RAMOS, Simone Cristina. Do Fordismo à Indústria 4.0: fazendo um balanço para seguir em frente. in: de SOUZA FREITAS, W. R. **Gestão de recursos humanos no século XXI: desafios e tendências**. São Paulo: Paco e Littera, 2022, p. 9-30

ULRICH, D. **Recursos humanos estratégicos**: novas perspectivas para os profissionais de RH. 3^a ed. São Paulo: Futura, 2004.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

ARELLANO, E. B.; CESAR, A. M. R. V. C. Gestão de pessoas nas empresas contemporâneas brasileiras. São Paulo: Elsevier Brasil, 2017.

LACOMBE, B. M. B.; REIS, G. G. Atraindo talentos por meio do Employer Branding. GV EXECUTIVO, v. 15, n. 1, p. 18-21, 2016. MILKOVICH, G.;

BOUDREAU, J. W. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Atlas, 2000.

PONTES, B. R. Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal. 5^a ed. São Paulo: LTr, 2008.

CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas: O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. São Paulo: Atlas, 2020.



FICHA 2 (variável)

I. IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA		
TÓPICOS ESPECIAIS EM ANÁLISE ORGANIZACIONAL		Código: SA082-A
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		Oferta: <input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular
Pré-requisito: SA055	Co-requisito: nenhum	Modalidade: <input type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input checked="" type="checkbox"/> 80 % EaD
CH Total: 60 CH Semanal: 04		Padrão (PD): 60 Laboratório (LB): 0 Campo (CP): 0 Estágio (ES): 0 Orientada (OR): 0 Prática Específica (PE): 0
Ementa (Unidade Didática) Aplicar conceitos, abordagens e teorias em análise organizacional a ser desenvolvida empiricamente em uma organização. Pesquisar e debater as variáveis de análise organizacionais e suas aplicações para as empresas, tanto em seus aspectos internos como externos e relacionais. Verificar a coerência estratégica e estrutural dos fatores, em termos do presente e das perspectivas organizacionais. Debater a efetividade organizacional como campo e projeto profissional.		
II. JUSTIFICATIVA PARA OFERTA DA DISCIPLINA INTEGRAL OU PARCIALMENTE ADISTÂNCIA		
A disciplina Tópicos Especiais em Análise Organizacional é uma disciplina que aborda tópicos referente às organizações e sua análise aplicados ao contexto atual. A oferta dessa disciplina na modalidade de EAD incentivará o discente a experimentar a sua autonomia didática, possibilitando o gerenciamento de seu tempo com o auxílio de recursos e tecnologias educacionais diversas, que permitem o gerenciamento pessoal de seu processo de aprendizagem em seu tempo e espaço próprios, respeitando a sua autonomia.		
III. OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
Objetivo Geral Proporcionar aos alunos conhecimento a respeito de tópicos atuais em análise organizacional.		
Objetivos Específicos <ul style="list-style-type: none">• Adquirir conhecimentos aplicados sobre os campos dos estudos organizacionais• Conhecer as perspectivas e limitações teóricas e aplicadas da área• Interpretar as diferentes concepções e fatores organizacionais.		

IV. UNIDADES DE CONTEÚDO QUE SERÃO ABORDADAS INTEGRALMENTE A DISTÂNCIA OU QUE SERÃO ABORDADAS DE FORMA DUO-MODAL

Programa (itens de cada unidade didática)

1. O papel dos gestores e das lideranças.
2. Cultura e institucionalização
3. Gestão estratégica: ambiente, competitividade e efetividade organizacional
4. Gestão da tecnologia organizacional
5. Recursos e estrutura organizacional: perspectivas e limitações
6. Redes e relações interorganizacionais
7. A delimitação territorial, domínios e a internacionalização organizacional

Cronograma das Aulas

Aula 1 – 25/02/2026 - presencial

Apresentação do Programa da Disciplina e visão da disciplina.

Aula 2 – 04/03/26 - a distância

Tema: O papel dos gestores e das lideranças

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 3 – 11/03/26 - a distância

Tema: Cultura e institucionalização

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 4 – 18/03/26 - a distância

Tema: Cultura e institucionalização

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 5 – 25/03/26 - a distância

Tema: Gestão estratégica: ambiente, competitividade e efetividade organizacional

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 6 – 01/04/26 - a distância

Tema: Gestão estratégica: ambiente, competitividade e efetividade organizacional

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 7 - 08/04/26 - a distância

Tema: Gestão da tecnologia organizacional

Videoaula elaborado pela professora

Atividade: Exercício

Aula 8 - 15/04/26 - presencial

Atividade: Avaliação Bimestral

Aula 9 - 22/04/26 - a distância

Tema: Recursos e estrutura organizacional: perspectivas e limitações

Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 10 – 29/04/26 - a distância
Tema: Recursos e estrutura organizacional: perspectivas e limitações
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 11 - 06/05/26 - a distância
Tema: Redes e relações interorganizacionais
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 12 – 13/05/26 - a distância
Tema: Redes e relações interorganizacionais
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 13 - 20/05/26 - a distância
Tema: A delimitação territorial, domínios e internacionalização organizacional
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Aula 14 - 27/05/26 - presencial
Avaliação Bimestral

Aula 15 - 03/06/26 - a distância
Tema: Retomada de todos os tópicos da disciplina
Videoaula elaborado pela professora
Atividade: Exercício

Exame Final – 01/07/2026 – presencial

V. PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA DISCIPLINA A DISTÂNCIA OU DE FORMA DUOMODAL

a) sistema de comunicação

A comunicação entre os(as) alunos(as) e a professora ocorrerá por meio do chat do MICROSOFT TEAMS. Os usuários cadastrados nessa plataforma virtual de aprendizagem serão o professor tutor e os discentes matriculados na disciplina.

b) modelo de tutoria a distância e presencial

A tutoria será desempenhada pelo professor tutor, de forma virtual e presencial (conforme o cronograma da disciplina). De acordo com a exigência da Resolução CEPE 72/10, o professor tutor possui experiência comprovada na modalidade de ensino a distância.

c) material didático específico

Os materiais didáticos da disciplina serão disponibilizados na plataforma virtual de aprendizagem:

- Roteiro semanal de atividades - serão formuladas uma ou mais tarefas específicas relacionadas a cada unidade didática. Fonte: Material elaborado pelo Professor tutor.
- Videoaulas - serão formuladas pelo professor tutor com o objetivo de fornecer um cenário geral relacionado a cada unidade didática da disciplina. Fonte: Material elaborado pelo Professor tutor.
- Materiais de apoio às aulas tais como links para vídeos e artigos relacionados ao tema de cada

- unidade didática.
- Livros da bibliografia básica: que poderão ser encontrados na biblioteca, em plataformas, estantes virtuais de livros e/ou na base MINHA BIBLIOTECA com livre acesso aos alunos pelo Portal: <https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/>.

d) Infraestrutura de Suporte Tecnológico, Científico e Instrumental à disciplina:

O Departamento de Administração Geral e Aplicada (DAGA) da Universidade Federal do Paraná conta com laboratório de informática e internet sem fio para os discentes que não têm acesso a estes recursos em suas residências.

e) Previsão de Período de Ambientação dos Recursos Tecnológicos a serem utilizados pelos Discentes:

Na primeira semana de aulas, acontecerá um encontro presencial para a apresentação do programa e do cronograma das atividades, assim como para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

f) Identificação do Controle de Frequência das Atividades.

No ensino em EAD, a aferição de frequência é considerada pela resolução das tarefas propostas pelo docente da disciplina. Deste modo, as aulas à distância contarão com tarefas a serem realizadas pelos discentes, sendo que a cada tarefa será atribuída uma carga horária de frequência. Somente o ACESSO à plataforma não será contabilizado como frequência, sendo necessário que o aluno realize as atividades propostas para cada aula na plataforma. Nas aulas presenciais, o controle de presença será feito pela lista de chamada.

VI. FORMAS DE AVALIAÇÃO, INCLUINDO CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E PREVISÃO DE AVALIAÇÕES PRESENCIAIS

A avaliação de aprendizagem será realizada por meio de provas presenciais e atividades realizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem:

Avaliações no Ambiente Virtual de Aprendizagem: resolução de questões relacionadas ao conteúdo de cada aula (40% da nota semestral). A cada aula, os discentes terão questões objetivas para serem resolvidas sobre o assunto proposto para a aula. O escopo é estimar o conhecimento dos discentes relacionado ao tema de cada aula. A nota será equivalente ao número de acertos das questões.

Avaliação Presencial: prova escrita (60% da nota semestral). Os discentes farão a prova escrita, que será composta por questões objetivas e subjetivas sobre as unidades de cada bimestre. A nota será equivalente ao número de acertos das questões.

As avaliações serão realizadas nos 1º e 2º bimestres da disciplina. A nota semestral de cada discente será a soma das notas obtidas no primeiro e no segundo bimestres. Se a nota for igual ou superior a 70 pontos, o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, pontos o aluno deverá fazer o Exame Final.

Se mesmo após o Exame Final, a nota estiver abaixo de 50 pontos, o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

VII. BIBLIOGRAFIA BÁSICA E COMPLEMENTAR

Bibliografia Básica

1. HALL, R. **Organizações:** estrutura, processos e resultados. 8ª. ed. São Paulo: Pearson –

- Prentice Hall, 2004:
2. TIDD, Joe; BESSANT, Joe. **Gestão da inovação**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. E-book. p.7. ISBN 9788582603079. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582603079/>.

Bibliografia Complementar

1. CLEGG, S. R.; HARD C. e NORD, W. R. (Orgs.) **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999.
2. CROPPER, S.; HUXHAM, C.; RING, P. S. e EBERS M. **Handbook de Relações Interorganizacionais de Oxford**. São Paulo: Bookman, 2014.
3. DAFT, R. L. **Organizações**: teoria e projeto das organizações. 3^a. ed. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014.
<https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522116898/pageid/644>
4. GIBSON, J. L.; IVANCEVICH, J. M.; DONNELLY, J. H.; KONOPASKE, R. **Organizações**: comportamento, estrutura e processos São Paulo: McGraw Hill – Artmed, 2006.
5. KOTLER, P.; CASLIONE, J. A. **Vencer no Caos**: lições do guru de administração e marketing para uma gestão eficaz em tempos de turbulência. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
6. MOREIRA, D. A.; QUEIROZ, A. C. S. **Inovação organizacional e tecnológica**. 1^a. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
7. MORGAN, Gareth. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
8. SENGE, P. **A Quinta Disciplina**: arte e prática da organização que aprende. São Paulo: Best Seller, 1999.
9. TIDD, J.; BESSANT, J. **Inovação e Empreendedorismo**. 3^a. ed. São Paulo: Grupo A, 2019.
10. TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da Inovação**: integrando tecnologia, mercado e mudança organizacional. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. Porto Alegre: Bookman, 2015. (<https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788582603079/pageid/20>)

VIII. PROFESSOR OU PROFESSORES RESPONSÁVEIS

Andréa Paula Segatto

Estatística Aplicada à Administração

MODELO PADRÃO: Plano de Ensino para o Ano/Semestre Letivo de 2026.1

TURMA M1/N1

1 Dados Gerais

Disciplina: Estatística Aplicada à Administração

Código: SAOB10

Pré-requisito: Não Há

Co-requisito: Não Há

Créditos: NA

CH total: 60h

CH semanal: 4h (3h Padrão + 1h Orientada)

Número de vagas ofertadas: 55 vagas

Docente(s): Diego Milnitz

Contato: diego.milnitz@ufpr.br

Acesso ao Ambiente Virtual de Aprendizagem: Microsoft Teams

2 EMENTA (Unidade Didática)

O estudo da estatística. Mensuração e escalonamento. Distribuição de frequência. Estatística descritiva. Preparação dos dados de uma base. Apresentação de resultados. Teoria de probabilidade. Teoria da estimativa, intervalos de confiança, amostragem e dimensionamento de amostras. Teste de hipótese. Correlação e regressão linear simples. Análise de variância.

3 PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. O estudo da estatística
2. Mensuração e escalonamento: fundamentos, técnicas de escalonamento, escalas comparativas, escalas não comparativas.
3. Distribuição de frequência
4. Estatística descritiva: medidas de tendência central (média, moda e mediana), medidas de dispersão (variância, desvio-padrão e coeficiente de variação) e medidas de distribuição (assimetria e curtose).
5. Preparação dos dados de uma base: valores ausentes e extremos.
6. Apresentação de resultados: preparação e leitura de tabelas e gráficos, tabulação cruzada.
7. Teoria das probabilidades: variáveis aleatórias e distribuições de probabilidades discretas e contínuas.
8. Teoria da estimativa, intervalos de confiança, amostragem e dimensionamento de amostras.
9. Teste de hipótese: proporção, média, variância e testes de aderência chi-Quadrado e de Kolmogorov-Smirnov.
10. Estatística bivariada: correlação e regressão linear simples.
11. Análise de variância: ANOVA.

4 OBJETIVO GERAL

O aluno deverá ser capaz de aplicar os conceitos da estatística a problemas práticos e a fundamentar seus argumentos em princípios racionais.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos da disciplina são:

- Compreender e aplicar o método estatístico
- Raciocinar de forma quantitativa e positivista
- Interpretar os resultados obtidos na resolução dos modelos
- Discutir as soluções obtidas e sua relevância no contexto prático

Adicionalmente, DE ACORDO COM PPC 2022, objetiva-se desenvolver:

- COMPETÊNCIAS ANALÍTICO-DECISÓRIAS (CAD): gestão de recursos, tomada de decisão, conhecimento teórico e prático, reconhecimento de oportunidades e solução de problemas organizacionais e ambientais, realização de diagnóstico e avaliação de impacto, inovação, pensamento lógico e crítico
 - Competência de tomar decisões fundamentadas em conhecimento teórico e prático multi e interdisciplinar (CAD2)
 - Competência de reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3)
 - Competência de avaliar o impacto socioeconômico e ambiental das ações e decisões (CAD4)
 - Competência de reconhecer e considerar a influência positiva e negativa de diferentes tipos de ambientes e contextos regionais, nacionais e internacionais sobre ações e decisões organizacionais (CAD5)
 - Competência de reconhecer e desenvolver oportunidades de novos negócios, de novos mercados e de inovação de sistemas e processos (CAD6)
 - Competência de analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8)
- COMPETÊNCIAS LÓGICO-QUANTITATIVAS (CLQ): reconhecimento, coleta, análise e utilização de dados e ferramentas tecnológicas de apoio à tomada de decisão gerencial; desenvolvimento e aplicação de modelos e sistemas de avaliação
 - Competência de reconhecer, coletar, analisar e utilizar dados qualitativos e quantitativos na tomada de decisão organizacional (CLQ1)
 - Competência de reconhecer e utilizar tecnologias de coleta e de análise de dados como apoio à tomada de decisão organizacional (CLQ2)
 - Competência no desenvolvimento e utilização de modelos e sistemas de avaliação individual, de grupos, de processos e de resultados organizacionais (CLQ3)

6 METODOLOGIA

A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivas apoiadas em conteúdo teórico disponível nas bibliotecas da UFPR (física e virtual). Para que haja um adequado aproveitamento das aulas expositivas, é fundamental que os alunos façam uma leitura PRÉVIA e OBRIGATÓRIA dos materiais indicados no CRONOGRAMA da disciplina, disponível na Seção 10 deste documento.

As aulas expositivas serão todas presenciais, ministradas no horário padrão do curso de Bacharelado em Administração. Adicionalmente, como consta no PPC do curso, serão trabalhadas 15 atividades orientadas de forma remota.

7 FORMA DE AVALIAÇÃO

7.1 Nota

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se a nota final estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

No cronograma de execução da disciplina há a previsão de 2 trabalhos (peso 10 cada um) e 2 provas (peso 40 cada uma) totalizando 100 pontos possíveis.

7.2 Frequência

A participação do aluno se fundamenta em 15 encontros presenciais e 15 atividades orientadas. Cada encontro presencial (dia de aula) corresponde a 3 horas-aula e cada atividade orientada corresponde a 1 hora-aula. No cômputo geral, o aluno deve conquistar ao menos 75% da carga da disciplina, o que corresponde a 45 horas-aula.

8 BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

[BB 1] FREUND, J. E.; SIMON G. A. **Estatística Aplicada**: Economia, Administração e Contabilidade. Disponível em: Minha Biblioteca, (11th edição). Grupo A, 2019.

[BB 2] SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T. A.; ANDERSON, D. R. **Estatística aplicada à administração e economia**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

[BB 3] KAZMIER, L. J. **Estatística aplicada à administração e economia**. 4^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

[BB 4] MARTINS, G. A.; DOMINGUES, O. **Estatística Geral e Aplicada**. 5^a ed. São Paulo: Atlas, 2014.

9 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

[BC 1] SEWARD, L. E.; DOANE, D. P. **Estatística aplicada à administração e à Economia**. São Paulo: MCGRAW HILL – ARTMED, 2008.

[BC 2] LAPONI, J. C. **Estatística usando Excel**. 4^a ed. Ed. Campus, 2005.

[BC 3] FIELD, A. **Descobrindo a estatística usando SPSS**. 2^a ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

[BC 4] LEVINE, J. et al. **Estatística**: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel em português. 3^a ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

[BC 5] PIANA, C. F. B.; MACHADO, A. A.; SELAU, L. P. R. **Estatística Básica**. Pelotas: 2013.

Disponível em

<https://www.ufrgs.br/probabilidade-estatistica/extra/material/apostila_de_estatistica_basic_a.pdf> acesso em 03/02/2023.

[BC 6] BELFIORE, P. **Estatística aplicada à administração, contabilidade e economia com Excel® e SPSS®**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

10 CRONOGRAMA

Aula	Data	Conteúdo
1	27/fev	Apresentação do professor e da disciplina; Introdução ao estudo da estatística; estatística descritiva e inferencial; resumindo dados
2	06/mar	Medidas de tendência central
3	13/mar	Medidas de dispersão
4	20/mar	Possibilidades e probabilidades
5	27/mar	Regras de probabilidade; esperanças e decisões
6	10/abr	Distribuições de probabilidade
7	17/abr	Avaliação P1 (Presencial e individual)
8	24/abr	Distribuição Normal
9	08/mai	Amostragem e distribuições amostrais
10	15/mai	Problemas de estimativa
11	22/mai	Testes de hipótese sobre médias e sobre desvios-padrão
12	29/mai	Testes de hipótese sobre dados contados
14	12/jun	ANOVA
15	19/jun	Correlação e Regressão
16	26/jun	Avaliação P2 (Presencial e individual)
17	03/jul	Exames Finais

Ficha 2 – Marketing Estratégico

Disciplina: Marketing Estratégico		Código: SAOB20					
Professor: Tomas Sparano Martins		tomas.martins@ufpr.br +55 (41) 98854-6000					
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EaD <input type="checkbox"/> Parcialmente EaD ___ *C.H.					
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 0h	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
CH semanal: 4							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC) *Indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA (Unidade Didática)

Marketing estratégico. Vantagem competitiva. Orientação para o mercado e Valor para o cliente. Informações em marketing. Estratégia de marketing. Processo da estratégia de marketing. Desempenho de marketing. O plano de marketing como instrumento.

PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. Marketing estratégico e estratégia de marketing: conceito, importância e escopo
2. Vantagem competitiva
3. Orientação para o mercado e Valor para o cliente
4. Coleta e análise de informações em marketing
5. Estratégia de marketing: inserção na organização
6. Processo de formulação e Implementação da estratégia de marketing
7. Desempenho de marketing: conceitos e métricas
8. O plano de marketing como instrumento

OBJETIVO GERAL

Transmitir aos estudantes os conceitos centrais de marketing estratégico, destacando a importância orientação para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa, visando à reflexão, análise e discussão para desenvolver e avaliar estratégias de marketing nas organizações

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desenvolver competências humanas dos alunos atreladas a:

- comunicação profissional e interpessoal (CH1);
- trabalho em equipes multidisciplinares e multiculturais (CH3);
- autonomia de aprendizagem, decisão e ação (CH9);

Desenvolver competências analítico-decisórias dos alunos atreladas a:

- reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3);
- analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8).

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será composta de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas). O conteúdo será trabalhado por meio de aulas expositivo-dialogadas, estudos de caso, apresentações e discussões por parte dos alunos. Será privilegiada a interação dos alunos por meio da participação nas atividades propostas ao longo do semestre. A proposta da disciplina, bem como o cronograma e avaliações, as referências bibliográficas, os textos e material complementar serão apresentados aos alunos no primeiro dia de aula. As atividades orientadas devem ser entregues na sala virtual da turma na plataforma Teams, no ambiente de tarefa. A comunicação será feita via Plataforma Teams

Importante: Os livros indicados na bibliografia estão disponíveis no formato digital no site <https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/> E/OU na forma impressa na biblioteca setorial (Setor Sociais Aplicadas – campus Botânico). O estudante terá acesso à Minha Biblioteca Virtual via seu e-mail da UFPR. Materiais e/ou textos complementares serão disponibilizados pela docente.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os(as) alunos(as) serão avaliados(as) com 2 notas parciais tanto no Bimestre I quanto no Bimestre II. A formação das notas em cada bimestre será composta da seguinte forma.

1. Duas atividades individuais = valor de 15 pontos para cada atividade (total= 30 pontos)
2. Uma atividade em equipe = valor de 40 pontos
3. Uma atividade final individual = valor de 30 pontos

As propostas e os critérios de avaliação dos trabalhos serão apresentados aos alunos no primeiro encontro da disciplina e serão disponibilizados na sala virtual da turma na Plataforma Teams. O detalhamento e as datas previstas para cada atividade consta no Cronograma o qual está apresentado no item a seguir.

Importante: De acordo com o Art. 94 da Resolução 37/97 CEPE, a aprovação do estudante na disciplina é condicionada à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). Sendo assim, o aluno deverá apresentar o mínimo de 45 presenças no semestre para aprovação. Salienta-se, no entanto, que a frequência mínima não é a única condição para a aprovação a qual também depende da nota mínima de aprovação (nota 70).

QUADRO DE ATIVIDADES AVALIATIVAS

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA DE ENTREGA	LOCAL DE ENTREGA	PONTOS NA NOTA (0 a 100)
Atividade individual 1	Produção de Texto	XXX	Tarefa no ambiente virtual	15
Atividade individual 2	Produção Vídeo	XXX	Tarefa no ambiente virtual	15
Atividade em equipe 3	Apresentação Conteúdos (BLOG)	XXX	Tarefa no ambiente virtual	30
Atividade em equipe 4	Apresentação Final	XXX	Tarefa no ambiente virtual	30

Explicação das Atividades Avaliativas:

1) Atividade Individual 1 (Produção de Texto) – *Reflection Paper*.

O objetivo da atividade é produzir um **Reflection paper de 4000-6000 caracteres sem espaços**. Um reflection paper é uma redação onde você expressa seus pensamentos, experiências e percepções sobre um tópico ou evento específico. É tipicamente pessoal e subjetivo, permitindo analisar e criticar suas próprias experiências e aprendizado.

Os elementos-chave de um *Reflection Paper*:

1. Introdução: apresente brevemente o tópico ou evento e forneça algum contexto **pessoal**.
2. Desenvolvimento: descreva **sua** experiência e reações, analise o que você aprendeu e conecte-o a teorias ou conceitos.
3. Conclusão: Resuma **seus** insights e discuta como a experiência impactou **seu** pensamento ou comportamento.

Um reflection paper exige que você seja introspectivo, assertivo e honesto ao escrever. Eu não preciso saber sobre a teoria ou exemplos trabalhados em casa, eu quero saber como o conteúdo impacta você e suas experiências como consumidor e futuro gestor.

2) Atividade Individual 2 (Produção de Vídeo) – *Reflection Video*.

O objetivo é gravar um vídeo de 60 segundos (estilo para rede social) que reflita sua experiência com os conteúdos apresentados nas aulas.

3) Atividade em Equipe 3 – Conteúdo para Estratégia de Marketing Digital

O grupo deve escolher um setor e uma organização (fictícia ou não). A partir da escolha vocês devem desenvolver um Blog para esta organização que reflita o propósito do grupo e da organização. Neste blog a equipe deve apresentar pelo menos 4 conteúdos relacionados à sua estratégia.

4) Atividade em Equipe 4 – Mídias e Conteúdo Digital

A equipe deve fazer uma apresentação que tenha os 5Es da Experiência (Engajamento, Educação, Escapismo, Estética e Entretenimento. Nesta apresentação de 15 minutos a equipe deve mostrar a organização, seu propósito, suas ofertas e por meio de pelo menos 6 conteúdos em 3 mídias digitais diferentes (não um blog que foi objeto da atividade 3)

CRONOGRAMA

Semana/ Data	Assunto	Proposta da aula/Atividade programada	Referência Bibliográfica
1 26/02	- Apresentação da docente e alunos, apresentação da disciplina, formas de avaliação e proposta de desenvolvimento das etapas. - Conceitos centrais: marketing estratégico; estratégia de marketing; mercado, troca e produto.	Aula expositivo-dialogada	Varadarajan (2010, p. 126 e 128) Ferrell e Hartline (2016): Cap. 1, p. 11-15. E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126637/
2 05/03	Framework de Planejamento da Estratégia de Marketing	Aula expositivo-dialogada	Aaker (2012): Cap. 7, p. 144-150 E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701588
3 12/03	Marketing 1.0 – 6.0	Aula expositivo-dialogada	<ul style="list-style-type: none"> Teixeira (2019): Cap. 2, p. 35-53; e Cap. 3, p.68 (a partir de “repensando modelos de negócios...”) – 75 (até imediatamente antes de “o que realmente estimula o decoupling”). Livro disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550814346/ Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. Marketing 6.0: o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. São Paulo: Sextante, 2025. ISBN 978-65-5564-982-6
4 19/03	Branding e Posicionamento na Economia Digital Palestrante Convidado	Aula expositivo-dialogada Entrega da atividade individual 1 – em equipe (15 pontos) Local de entrega: sala virtual Plataforma Teams, ambiente de tarefas	Martins (2020): Capítulo 3.

5 26/03	O Marketing é Digital! O framework de planejamento de marketing e a transformação digital	Atividade em sala – estudo de caso	Martins (2020): Capítulo 1
6 02/04	Inovação e Oferta de Produtos e Serviços	Aula expositivo-dialogada Estudo de Caso	Kotler et. al. (2023)
7 09/04	Orientação Trabalho Individual 2		
8 16/04	Imersão e Experiência do Consumidor Professor Convidado	Atividade em sala – estudo de caso; Atividade em Grupo: Definição do Conteúdo. Entrega da atividade individual 2 – em equipe (15 pontos) Local de entrega: sala virtual Plataforma Teams, ambiente de tarefas	Martins (2020) : Capítulo 2 Kotler et. al. (2023)
9 23/04	Comunicação Integrada de Marketing	Aula expositivo-dialogada	Keller e Cherney (2024)
COMPOSIÇÃO DA NOTA BIMESTRE 1: • Atividades individuais: (30% da nota final) – 100% da nota do bimestre.			
10 30/04	Marketing de Conteúdo: A operacionalização do Branding e das ofertas de marketing.	Aula expositivo-dialogada	Keller e Cherney (2024)
11 07/05	Precificação Dinâmica	Aula expositivo-dialogada Resolução de exercícios – atividade em sala	Farris et al (2013): Cap. 2 E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/
12 14/05	Canais de Marketing a Essência do Omnichannel e Multichannel	Aula expositivo-dialogada	Farris et al (2013): E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/
13 21/05	Inteligência Artificial e Marketing Palestra Convidado	Estudo de Caso e Discussão. Entrega Atividade orientada em Grupo (Vídeos e Textos): definições e orientações nas equipes	Wu, C. W., & Monfort, A. (2023). Role of artificial intelligence in marketing strategies and performance. <i>Psychology & Marketing</i> , 40(3), 484-496.

13 28/05	Gestão e Automação de Vendas	Aula expositivo-dialogada	Teixeira, T. Vender direto ao consumidor ou pela Amazon? <i>Harvard Business Review Brasil</i> , edição 9703, março 2019. Disponível em: https://toaz.info/doc-view-2 Consulta em 26 Dezembro 2023
14 18/06	Apresentação Trabalho Final	Discussão Coletiva	
15 25/06	Devolutiva Individual e Coletiva do Desempenho		
COMPOSIÇÃO DA NOTA BIMESTRE 2: <ul style="list-style-type: none"> Atividades orientadas: 7- pontos referentes ao somatório das entregas parciais – 100% nota bimestre 			
02/07	Exame	Avaliação individual Peso: 100 pontos	Todo o conteúdo trabalhado no semestre

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos)

FERRELL, O. C., HARTLINE, M. D. Estratégia de marketing: teoria e casos. Tradução da 6^a ed norteamericana. São Paulo: Cengage Learning, 2016. E-book. ISBN 9788522126637

HOOLEY, G. J., SAUNDERS, J. A., PIERCY, N. F. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 3^a ed. São Paulo: Pearson, 2009.

FARRIS, P. W.; BENDLE, N. T.; PFEIFER, E.; REIBSTEIN, D.J. Métricas de marketing. 2^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. E-book. ISBN 9788540701410.

MARTINS, T. Marketing Digital, 1ed. IESDE, 2020

TEIXEIRA, T. Desvendando a cadeia de valor do cliente. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. ISBN 9788550814346.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos)

AAKER, D.A. Administração estratégica de mercado. 9^a ed. Porto Alegre: Grupo A, 2012. E-book. ISBN 9788540701588

FALCÃO, R. F. Planejamento estratégico de marketing: passo a passo. São Paulo: Senac, 2019.

IKEDA, A. A.; CAMPOMAR, M. C. *O planejamento de marketing e a confecção de planos : dos conceitos a um novo modelo*. São Paulo: Editora Saraiva, 2006. *E-book*. ISBN 9788502088416.

KELLER, K. L., & CHERNEY, A. (2024). *Administração de marketing*. Bookman Editora.

KOTLER, P. HERMAWAN K., IWAN S.. *Marketing 6.0: the future is immersive*. John Wiley & Sons, 2023.

MALHOTRA, N. **Planos de marketing**. Editora Saraiva, 2013.

MORAIS, F. **Planejamento estratégico digital**. 2^a ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

MENON, A.; BHARADWAJ, S. G.; ADIDAM, P.T.; EDISON, S.W. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing**, v.3, n.2, p. 18-40, 1999.

NARVER, J.C.; SLATER, S.F. Efeito da orientação para o mercado sobre a lucratividade da empresa. **RAE-Clássicos**, abr/jun, 2006, p.61-81.

PROETTI, S. O SIM – sistema de informação de marketing para a elaboração de planos de marketing e estudo do comportamento do consumidor. **Revista Lumen**, v. 7, nº 13, Jan./Jun, 2022, p.80-105.

VARADARAJAN, R.R. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v.38, n.2, p.119-140, 2010

ZENARO, M.; PEREIRA, M. F. **Marketing estratégico para organizações e empreendedores**: guia prático e ações passo a passo. São Paulo: Grupo GEN, 2013.

Professor da Disciplina: Tomas Sparano Martins

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Ana Paula Mussi Szabo Cherobim

Assinatura: _____

Ficha 2 – Marketing Estratégico

Disciplina: Marketing Estratégico		Código: SAOB20					
Professor: Tomas Sparano Martins		tomas.martins@ufpr.br +55 (41) 98854-6000					
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		(x) Semestral () Anual () Modular					
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EaD <input type="checkbox"/> Parcialmente EaD ____ *C.H.					
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 0h	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
CH semanal: 4							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-ACE-PCC) *Indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA (Unidade Didática)

Marketing estratégico. Vantagem competitiva. Orientação para o mercado e Valor para o cliente. Informações em marketing. Estratégia de marketing. Processo da estratégia de marketing. Desempenho de marketing. O plano de marketing como instrumento.

PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. Marketing estratégico e estratégia de marketing: conceito, importância e escopo
2. Vantagem competitiva
3. Orientação para o mercado e Valor para o cliente
4. Coleta e análise de informações em marketing
5. Estratégia de marketing: inserção na organização
6. Processo de formulação e Implementação da estratégia de marketing
7. Desempenho de marketing: conceitos e métricas
8. O plano de marketing como instrumento

OBJETIVO GERAL

Transmitir aos estudantes os conceitos centrais de marketing estratégico, destacando a importância orientação para o mercado como elemento essencial da estratégia da empresa, visando à reflexão, análise e discussão para desenvolver e avaliar estratégias de marketing nas organizações

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desenvolver competências humanas dos alunos atreladas a:

- comunicação profissional e interpessoal (CH1);
- trabalho em equipes multidisciplinares e multiculturais (CH3);
- autonomia de aprendizagem, decisão e ação (CH9);

Desenvolver competências analítico-decisórias dos alunos atreladas a:

- reconhecer e solucionar problemas organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD3);
- analisar lógica e criticamente os contextos, problemas e oportunidades organizacionais, mercadológicos e sociais (CAD8).

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será composta de atividades presenciais (45 horas) e atividades orientadas (15 horas). O conteúdo será trabalhado por meio de aulas expositivo-dialogadas, estudos de caso, apresentações e discussões por parte dos alunos. Será privilegiada a interação dos alunos por meio da participação nas atividades propostas ao longo do semestre. A proposta da disciplina, bem como o cronograma e avaliações, as referências bibliográficas, os textos e material complementar serão apresentados aos alunos no primeiro dia de aula. As atividades orientadas devem ser entregues na sala virtual da turma na plataforma Teams, no ambiente de tarefa. A comunicação será feita via Plataforma Teams

Importante: Os livros indicados na bibliografia estão disponíveis no formato digital no site <https://minhabiblioteca.ufpr.br/biblioteca/> E/OU na forma impressa na biblioteca setorial (Setor Sociais Aplicadas – campus Botânico). O estudante terá acesso à Minha Biblioteca Virtual via seu e-mail da UFPR. Materiais e/ou textos complementares serão disponibilizados pela docente.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os(as) alunos(as) serão avaliados(as) com 2 notas parciais tanto no Bimestre I quanto no Bimestre II. A formação das notas em cada bimestre será composta da seguinte forma.

1. Duas atividades individuais = valor de 15 pontos para cada atividade (total= 30 pontos)
2. Uma atividade em equipe = valor de 40 pontos
3. Uma atividade final individual = valor de 30 pontos

As propostas e os critérios de avaliação dos trabalhos serão apresentados aos alunos no primeiro encontro da disciplina e serão disponibilizados na sala virtual da turma na Plataforma Teams. O detalhamento e as datas previstas para cada atividade consta no Cronograma o qual está apresentado no item a seguir.

Importante: De acordo com o Art. 94 da Resolução 37/97 CEPE, a aprovação do estudante na disciplina é condicionada à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). Sendo assim, o aluno deverá apresentar o mínimo de 45 presenças no semestre para aprovação. Salienta-se, no entanto, que a frequência mínima não é a única condição para a aprovação a qual também depende da nota mínima de aprovação (nota 70).

QUADRO DE ATIVIDADES AVALIATIVAS

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA DE ENTREGA	LOCAL DE ENTREGA	PONTOS NA NOTA (0 a 100)
Atividade individual 1	Produção de Texto	XXX	Tarefa no ambiente virtual	15
Atividade individual 2	Produção Vídeo	XXX	Tarefa no ambiente virtual	15
Atividade em equipe 3	Apresentação Conteúdos (BLOG)	XXX	Tarefa no ambiente virtual	30
Atividade em equipe 4	Apresentação Final	XXX	Tarefa no ambiente virtual	30

Explicação das Atividades Avaliativas:

1) Atividade Individual 1 (Produção de Texto) – *Reflection Paper*.

O objetivo da atividade é produzir um **Reflection paper de 4000-6000 caracteres sem espaços**. Um reflection paper é uma redação onde você expressa seus pensamentos, experiências e percepções sobre um tópico ou evento específico. É tipicamente pessoal e subjetivo, permitindo analisar e criticar suas próprias experiências e aprendizado.

Os elementos-chave de um *Reflection Paper*:

1. Introdução: apresente brevemente o tópico ou evento e forneça algum contexto **pessoal**.
2. Desenvolvimento: descreva **sua** experiência e reações, analise o que você aprendeu e conecte-o a teorias ou conceitos.
3. Conclusão: Resuma **seus** insights e discuta como a experiência impactou **seu** pensamento ou comportamento.

Um reflection paper exige que você seja introspectivo, assertivo e honesto ao escrever. Eu não preciso saber sobre a teoria ou exemplos trabalhados em casa, eu quero saber como o conteúdo impacta você e suas experiências como consumidor e futuro gestor.

2) Atividade Individual 2 (Produção de Vídeo) – *Reflection Video*.

O objetivo é gravar um vídeo de 60 segundos (estilo para rede social) que reflita sua experiência com os conteúdos apresentados nas aulas.

3) Atividade em Equipe 3 – Conteúdo para Estratégia de Marketing Digital

O grupo deve escolher um setor e uma organização (fictícia ou não). A partir da escolha vocês devem desenvolver um Blog para esta organização que reflita o propósito do grupo e da organização. Neste blog a equipe deve apresentar pelo menos 4 conteúdos relacionados à sua estratégia.

4) Atividade em Equipe 4 – Mídias e Conteúdo Digital

A equipe deve fazer uma apresentação que tenha os 5Es da Experiência (Engajamento, Educação, Escapismo, Estética e Entretenimento. Nesta apresentação de 15 minutos a equipe deve mostrar a organização, seu propósito, suas ofertas e por meio de pelo menos 6 conteúdos em 3 mídias digitais diferentes (não um blog que foi objeto da atividade 3)

CRONOGRAMA

Semana/ Data	Assunto	Proposta da aula/Atividade programada	Referência Bibliográfica
1 26/02	- Apresentação da docente e alunos, apresentação da disciplina, formas de avaliação e proposta de desenvolvimento das etapas. - Conceitos centrais: marketing estratégico; estratégia de marketing; mercado, troca e produto.	Aula expositivo-dialogada	Varadarajan (2010, p. 126 e 128) Ferrell e Hartline (2016): Cap. 1, p. 11-15. E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126637/
2 05/03	Framework de Planejamento da Estratégia de Marketing	Aula expositivo-dialogada	Aaker (2012): Cap. 7, p. 144-150 E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701588
3 12/03	Marketing 1.0 – 6.0	Aula expositivo-dialogada	<ul style="list-style-type: none"> Teixeira (2019): Cap. 2, p. 35-53; e Cap. 3, p.68 (a partir de “repensando modelos de negócios...”) – 75 (até imediatamente antes de “o que realmente estimula o decoupling”). Livro disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550814346/ Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. Marketing 6.0: o futuro é imersivo. Tradução de André Fontenelle. São Paulo: Sextante, 2025. ISBN 978-65-5564-982-6
4 19/03	Branding e Posicionamento na Economia Digital Palestrante Convidado	Aula expositivo-dialogada Entrega da atividade individual 1 – em equipe (15 pontos) Local de entrega: sala virtual Plataforma Teams, ambiente de tarefas	Martins (2020): Capítulo 3.

5 26/03	O Marketing é Digital! O framework de planejamento de marketing e a transformação digital	Atividade em sala – estudo de caso	Martins (2020): Capítulo 1
6 02/04	Inovação e Oferta de Produtos e Serviços	Aula expositivo-dialogada Estudo de Caso	Kotler et. al. (2023)
7 09/04	Orientação Trabalho Individual 2		
8 16/04	Imersão e Experiência do Consumidor Professor Convidado	Atividade em sala – estudo de caso; Atividade em Grupo: Definição do Conteúdo. Entrega da atividade individual 2 – em equipe (15 pontos) Local de entrega: sala virtual Plataforma Teams, ambiente de tarefas	Martins (2020) : Capítulo 2 Kotler et. al. (2023)
9 23/04	Comunicação Integrada de Marketing	Aula expositivo-dialogada	Keller e Cherney (2024)
COMPOSIÇÃO DA NOTA BIMESTRE 1: • Atividades individuais: (30% da nota final) – 100% da nota do bimestre.			
10 30/04	Marketing de Conteúdo: A operacionalização do Branding e das ofertas de marketing.	Aula expositivo-dialogada	Keller e Cherney (2024)
11 07/05	Precificação Dinâmica	Aula expositivo-dialogada Resolução de exercícios – atividade em sala	Farris et al (2013): Cap. 2 E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/
12 14/05	Canais de Marketing a Essência do Omnichannel e Multichannel	Aula expositivo-dialogada	Farris et al (2013): E-book disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/
13 21/05	Inteligência Artificial e Marketing Palestra Convidado	Estudo de Caso e Discussão. Entrega Atividade orientada em Grupo (Vídeos e Textos): definições e orientações nas equipes	Wu, C. W., & Monfort, A. (2023). Role of artificial intelligence in marketing strategies and performance. <i>Psychology & Marketing</i> , 40(3), 484-496.

13 28/05	Gestão e Automação de Vendas	Aula expositivo-dialogada	Teixeira, T. Vender direto ao consumidor ou pela Amazon? <i>Harvard Business Review Brasil</i> , edição 9703, março 2019. Disponível em: https://toaz.info/doc-view-2 Consulta em 26 Dezembro 2023
14 18/06	Apresentação Trabalho Final	Discussão Coletiva	
15 25/06	Devolutiva Individual e Coletiva do Desempenho		
COMPOSIÇÃO DA NOTA BIMESTRE 2: <ul style="list-style-type: none"> Atividades orientadas: 7- pontos referentes ao somatório das entregas parciais – 100% nota bimestre 			
02/07	Exame	Avaliação individual Peso: 100 pontos	Todo o conteúdo trabalhado no semestre

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 3 títulos)

FERRELL, O. C., HARTLINE, M. D. Estratégia de marketing: teoria e casos. Tradução da 6^a ed norteamericana. São Paulo: Cengage Learning, 2016. E-book. ISBN 9788522126637

HOOLEY, G. J., SAUNDERS, J. A., PIERCY, N. F. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 3^a ed. São Paulo: Pearson, 2009.

FARRIS, P. W.; BENDLE, N. T.; PFEIFER, E.; REIBSTEIN, D.J. Métricas de marketing. 2^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. E-book. ISBN 9788540701410.

MARTINS, T. Marketing Digital, 1ed. IESDE, 2020

TEIXEIRA, T. Desvendando a cadeia de valor do cliente. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. E-book. ISBN 9788550814346.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 5 títulos)

AAKER, D.A. Administração estratégica de mercado. 9^a ed. Porto Alegre: Grupo A, 2012. E-book. ISBN 9788540701588

FALCÃO, R. F. Planejamento estratégico de marketing: passo a passo. São Paulo: Senac, 2019.

IKEDA, A. A.; CAMPOMAR, M. C. *O planejamento de marketing e a confecção de planos : dos conceitos a um novo modelo*. São Paulo: Editora Saraiva, 2006. *E-book*. ISBN 9788502088416.

KELLER, K. L., & CHERNEY, A. (2024). *Administração de marketing*. Bookman Editora.

KOTLER, P. HERMAWAN K., IWAN S.. *Marketing 6.0: the future is immersive*. John Wiley & Sons, 2023.

MALHOTRA, N. **Planos de marketing**. Editora Saraiva, 2013.

MORAIS, F. **Planejamento estratégico digital**. 2^a ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

MENON, A.; BHARADWAJ, S. G.; ADIDAM, P.T.; EDISON, S.W. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing**, v.3, n.2, p. 18-40, 1999.

NARVER, J.C.; SLATER, S.F. Efeito da orientação para o mercado sobre a lucratividade da empresa. **RAE-Clássicos**, abr/jun, 2006, p.61-81.

PROETTI, S. O SIM – sistema de informação de marketing para a elaboração de planos de marketing e estudo do comportamento do consumidor. **Revista Lumen**, v. 7, nº 13, Jan./Jun, 2022, p.80-105.

VARADARAJAN, R.R. Strategic marketing and marketing strategy: domain, definition, fundamental issues and foundational premises. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v.38, n.2, p.119-140, 2010

ZENARO, M.; PEREIRA, M. F. **Marketing estratégico para organizações e empreendedores**: guia prático e ações passo a passo. São Paulo: Grupo GEN, 2013.

Professor da Disciplina: Tomas Sparano Martins

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: Ana Paula Mussi Szabo Cherobim

Assinatura: _____



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE _____

Coordenação do Curso de ou Departamento
de _____

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Remuneração e Desempenho Humano - Prof. Carolina Toscani		Código: SAOB29
Natureza: (<input checked="" type="checkbox"/>) Obrigatória (<input type="checkbox"/>) Optativa		(<input checked="" type="checkbox"/>) Semestral Modular (<input type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>)
Pré-requisito: Não há	Co-requisito: Não há	Modalidade: (<input checked="" type="checkbox"/>) Totalmente Presencial (<input type="checkbox"/>) Totalmente EAD (<input type="checkbox"/>) Parcialmente EAD: *CH

CH Total: 60h							
CH Semanal: 04h							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15h	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração. Remuneração Fixa. Remuneração Variável. Aspectos

Legais da Remuneração. Benefícios. Avaliação do Desempenho Humano.

PROGRAMA

1. Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração

1.1 Estrutura salarial

1.2 Política Salarial

2. Remuneração Fixa

2.1 Remuneração Funcional

2.2 Remuneração baseada em Competências

3. Aspectos Legais da Remuneração

3.1 Consolidação das leis trabalhistas e Reforma Trabalhista

3.2 Convenções coletivas do trabalho

3.3 Folha de pagamento

4. Benefícios

4.1 Benefícios Legais

4.2 Benefícios Espontâneos

4.3 Sistema de Benefícios Flexíveis

5. Pesquisa Salarial

5.1 Estrutura de uma Pesquisa Salarial

5.2 Análise dos Resultados da Pesquisa Salarial

6. Avaliação do Desempenho Humano

6.1 Objetivos

6.2 Métodos de avaliação de desempenho

6.3 Feedback e Gestão dos Resultados

6.4 Tendências em Avaliação de Competências

OBJETIVO GERAL

Fornecer aos alunos conhecimentos técnicos e práticos possibilitando entender conceitos sobre Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração. Remuneração Fixa. Remuneração Variável. Aspectos Legais da Remuneração. Benefícios. Avaliação do Desempenho Humano

OBJETIVO ESPECÍFICO

Compreender os conceitos relativos à disciplina
Aplicar os conceitos de forma prática

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas presenciais e atividades orientadas
Atividades individuais e em grupo
Avaliação individual bimestral

Aulas expositivas, utilizando recursos diversos. Discussões, apresentações de casos práticos

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h)

Prova 1 bimestre 13/04/2026

Prova 2 bimestre 08/06/2026

Prova Final 29/06/2026

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas: O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. Grupo GEN, 2020.

PONTES, B. R. Administração de cargos e salários: Carreiras e remuneração. LTr Editora, 2021.

PONTES, B. R. Avaliação de Desempenho-Métodos Clássicos e Contemporâneos: Avaliação por Objetivos, Competências e Equipes. LTr Editora, 2022.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CONTE, D. Valorização e remuneração de pessoas. Editora Senac São Paulo, 2020.

DE ALMEIDA SOUZA, M. Z. et al. Arquitetura de sistemas de remuneração. Editora FGV, 2016.

FRANCO, F. V. et al. Remuneração estratégica na Administração Pública. Caderno de Administração, v. 25, n. 1, p. 1-10, 2017.

HIPOLITO, J. A. M. Recompensas em organizações que atuam no terceiro setor: Análise a partir de seus pressupostos orientadores. 2004. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

LEME, R. Avaliação de desempenho com foco em competência. Qualitymark Editora Ltda, 2006.

LOURENÇO, J. C. Carreira: Salário, Remuneração, Cargos e Funções. Clube de Autores, 2021.

MARRAS, J.P.; TOSE, M. Avaliação de desempenho humano. Elsevier Brasil, 2013.

PRETI, G. Remuneração após a Reforma Trabalhista. LTr Editora, 2019



Documento assinado eletronicamente por **CAROLINA VALENTINI TOSCANI KIM, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 16/12/2025, às 13:29, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador 8476412 e o código CRC AFE1A8DC.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE

Coordenação do Curso de ou Departamento de

Ficha 2 (variável)

Disciplina: REMUNERAÇÃO E DESEMPENHO HUMANO - PROF. CAROLINA TOSCAN	Código: SAOB29
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa	(X) Semestral Modular () Anual ()
Pré-requisito: NÃO HÁ	Co-requisito: NÃO HÁ
Modalidade: (X) Totalmente Presencial Totalmente EAD () Parcialmente EAD: _____ *CH	

CH Total: 60H							
CH Semanal: 04H							
Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD): 45H	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR): 15H	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração. Remuneração Fixa. Remuneração Variável. Aspectos

Legais da Remuneração. Benefícios. Avaliação do Desempenho Humano

PROGRAMA

1. Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração
 - 1.1 Estrutura salarial
 - 1.2 Política Salarial
2. Remuneração Fixa
 - 2.1 Remuneração Funcional
 - 2.2 Remuneração baseada em Competências
3. Aspectos Legais da Remuneração
 - 3.1 Consolidação das leis trabalhistas e Reforma Trabalhista
 - 3.2 Convenções coletivas do trabalho
 - 3.3 Folha de pagamento
4. Benefícios
 - 4.1 Benefícios Legais
 - 4.2 Benefícios Espontâneos
 - 4.3 Sistema de Benefícios Flexíveis
5. Pesquisa Salarial
 - 5.1 Estrutura de uma Pesquisa Salarial
 - 5.2 Análise dos Resultados da Pesquisa Salarial
6. Avaliação do Desempenho Humano
 - 6.1 Objetivos
 - 6.2 Métodos de avaliação de desempenho
 - 6.3 Feedback e Gestão dos Resultados
 - 6.4 Tendências em Avaliação de Competências

OBJETIVO GERAL

Fornecer aos alunos conhecimentos técnicos e práticos possibilitando entender conceitos sobre Estratégia Organizacional e a composição da Remuneração. Remuneração Fixa. Remuneração Variável. Aspectos Legais da Remuneração. Benefícios. Avaliação do Desempenho Humano

OBJETIVO ESPECÍFICO

Compreender os conceitos relativos à disciplina
Aplicar os conceitos de forma prática

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas presenciais e atividades orientadas
Atividades individuais e em grupo
Avaliação individual bimestral

Aulas expositivas, utilizando recursos diversos. Discussões, apresentações de casos práticos

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h)

Prova 1 bimestre 13/04/2026

Prova 2 bimestre 08/06/2026

Prova Final 29/06/2026

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CHIAVENATO, I. Gestão de Pessoas: O Novo Papel da Gestão do Talento Humano. Grupo GEN, 2020.

PONTES, B. R. Administração de cargos e salários: Carreiras e remuneração. LTr Editora, 2021.

PONTES, B. R. Avaliação de Desempenho-Métodos Clássicos e Contemporâneos: Avaliação por Objetivos, Competências e Equipes. LTr Editora, 2022.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

CONTE, D. Valorização e remuneração de pessoas. Editora Senac São Paulo, 2020.

DE ALMEIDA SOUZA, M. Z. et al. Arquitetura de sistemas de remuneração. Editora FGV, 2016.

FRANCO, F. V. et al. Remuneração estratégica na Administração Pública. Caderno de Administração, v. 25, n. 1, p. 1-10, 2017.

HIPOLITO, J. A. M. Recompensas em organizações que atuam no terceiro setor: Análise a partir de seus pressupostos orientadores. 2004. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

LEME, R. Avaliação de desempenho com foco em competência. Qualitymark Editora Ltda, 2006.

LOURENÇO, J. C. Carreira: Salário, Remuneração, Cargos e Funções. Clube de Autores, 2021.

MARRAS, J.P.; TOSE, M. Avaliação de desempenho humano. Elsevier Brasil, 2013.

PRETI, G. Remuneração após a Reforma Trabalhista. LTr Editora, 2019



Documento assinado eletronicamente por **CAROLINA VALENTINI TOSCANI KIM, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 16/12/2025, às 13:30, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8477054** e o código CRC **E53273E8**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS

Departamento de Administração Geral e Aplicada

Coordenação do Curso de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: TÓPICOS ESPECIAIS DE MARKETING		Código: SA080-A	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular	
Pré-requisito: SA053		Co-requisito: Nenhum	
Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input checked="" type="checkbox"/> Parcialmente EAD: 80% *CH			
CH Total: 60 CH Semanal: 04 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)			
*indicar a carga horária que será à distância.			
EMENTA Marketing de relacionamento. Database marketing. Marketing na Internet. Endomarketing. Marketing Social.			

PROGRAMA

1. Marketing de relacionamento: tendências, princípios e práticas atuais.
2. Database marketing: estratégia e instrumentos.
3. Marketing na internet: estratégias e tendências.
4. Endomarketing (Marketing Interno): planejamento e processo de implementação.
5. Marketing Social: A natureza e o papel das campanhas sociais de mudanças do comportamento do público. Mapeamento e ambiente do marketing social.

Cronograma das Aulas

Aula 1 – 24/02/2026 - presencial

Apresentação do Programa da Disciplina e das atividades do semestre

Aula 2 – 03/03/2026 - a distância

Tema: Marketing de relacionamento

Vídeo-aula elaborado pela professora

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 3 – 10/03/2026 - a distância

Tema: Marketing de relacionamento

Vídeo sobre o tema

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 4 – 17/03/2026 - a distância

Tema: Endomarketing (Marketing interno)

Vídeo-aula elaborado pela professora

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 5 – 24/03/2026 - a distância

Tema: Endomarketing (Marketing interno)

Video sobre o tema

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 6 – 31/03/2026 - a distância

Tema: Marketing na internet

Vídeo-aula elaborado pela professora

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 7 – 07/04/2026 - a distância

Tema: Marketing na internet

Vídeo sobre o tema

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 8 - 14/04/2026 - presencial - Avaliação Bimestral

Aula 9 - 28/04/2026 - a distância

Tema: Marketing na internet

Vídeo sobre o tema

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 10 - 05/05/2026 - a distância

Tema: Database marketing

Vídeo-aula elaborado pela professora

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 11 - 12/05/2026 - a distância

Tema: Database marketing

Vídeo sobre o tema

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 12 - 19/05/2026 - a distância

Tema: Marketing social

Vídeo-aula elaborado pela professora

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 13 - 26/05/2026 - a distância

Tema: Marketing social

Vídeo sobre o tema

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 14 – 02/06/2026 - a distância

Tema: Revisão dos temas abordados na disciplina

Vídeo-aula elaborado pela professora

Leitura indicada

Atividade: Exercício

Aula 15 - 09/06/2026 - presencial - Avaliação Bimestral

Exame Final - 30/06/2026 - presencial

OBJETIVO GERAL

Proporcionar aos alunos conhecimento a respeito de tópicos atuais da gestão do marketing.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Promover análises e estimular discussões sobre marketing no que tange aos processos de marketing de relacionamento, uso e aplicações de painéis de marketing (marketing digital e demais aplicações de marketing no contexto atual).

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

a) Sistema de comunicação

A comunicação entre os(as) alunos(as) e a professora ocorrerá, preferencialmente, por meio do MICROSOFT TEAMS (*chat*) e via correio eletrônico (anatoaldo@ufpr.br). Os usuários nessa plataforma virtual de aprendizagem serão o professor tutor e os discentes matriculados na disciplina.

b) Modelo de tutoria a distância e presencial

A tutoria será desempenhada pelo professor tutor, de forma virtual e presencial (conforme o cronograma da disciplina). De acordo com a exigência da Resolução CEPE 72/10, o tutor possui experiência comprovada na modalidade de ensino a distância.

c) Material didático específico

Os materiais didáticos da disciplina serão disponibilizados na plataforma virtual de aprendizagem:

- roteiro semanal de atividades - serão formuladas uma ou mais tarefas específicas relacionadas a cada unidade didática. Fonte: Material elaborado pelo Professor tutor.
- videoaulas - serão formuladas pelo professor tutor com o objetivo de fornecer um cenário geral relacionado a cada unidade didática da disciplina. Fonte: Material elaborado pelo professor tutor.
- materiais de apoio às aulas tais como links para vídeos e artigos relacionados com o tema de cada unidade didática.
- livros da bibliografia básica: que poderão ser encontrados na biblioteca ou em plataformas ou estantes virtuais de livros e/ou de semelhantes.

d) Infraestrutura de Suporte Tecnológico, Científico e Instrumental à disciplina:

O Departamento de Administração Geral e Aplicada (DAGA) da Universidade Federal do Paraná conta com laboratório de informática e internet sem fio para os discentes que têm acesso a estes recursos em suas residências.

e) Previsão de Período de Ambientação dos Recursos Tecnológicos a serem Utilizados pelos Discentes: Na primeira semana de aulas, acontecerá um encontro presencial de apresentação do plano de ensino e do cronograma das atividades, assim como para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

f) Identificação do Controle de Frequência das Atividades.

No ensino em EAD a aferição de frequência é considerada pela resolução das tarefas propostas pelo docente da disciplina. Deste modo, toda aula a distância contará com as realizadas pelos discentes, e, assim, a cada tarefa será atribuída uma carga horária de frequência. Somente o ACESSO à plataforma não será contabilizado como frequência, que o aluno realize as atividades propostas para cada aula na plataforma. Nas aulas presenciais o controle de presença em sala de aula será feito pela lista de chamada.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação de aprendizagem será realizada por meio de atividades presenciais e atividades realizadas no Ambiente Virtual de Aprendizagem:

Avaliações no Ambiente Virtual de Aprendizagem: resolução de questões relacionadas ao conteúdo de cada aula (50% da nota semestral). Os discentes terão questões para responder sobre o assunto proposto em cada aula. O escopo é estimar o conhecimento dos discentes relacionado ao tema de aula. A nota será equivalente ao número de acertos das questões.

Avaliação Presencial: atividade avaliativa (50% da nota semestral). Os discentes realizarão trabalho em equipe ou individual sobre as temáticas de cada bimestre. A nota será equivalente ao conteúdo do trabalho apresentado.

As avaliações serão realizadas no 1º e 2º bimestres da disciplina. A Nota semestral de cada discente na disciplina resultará do somatório da Nota do primeiro bimestre com a Nota do segundo bimestre, dividido por dois (2). Conforme disposto nos Art. 94, 95 e 96 da Resolução 37/97 CEPE, o estudante estará aprovado na disciplina se sua nota final for igual ou superior ao limite mínimo de frequência (75%) (Art. 94 Res. 37/97 CEPE). Os alunos que não obtiverem a média prevista no artigo anterior deverão prestar exame final, desde que alcance a média mínima exigida (75%) e média não inferior a quarenta (40) (Art. 95 da Res. 37/97 CEPE). No exame final serão aprovados na disciplina os que obtiverem grau numérico igual ou superior a cinquenta (50) na média aritmética entre o grau do exame final e a média do conjunto das avaliações realizadas (Art. 96 da Res. 37/97 CEPE).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

1. GUMMESSON, E. Marketing de relacionamento total. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
2. KOTLER, P. Marketing para o Século XXI: como criar, conquistar e dominar mercado. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.
3. LEE, N.R.; KOTLER, P. Marketing social. São Paulo: Saraiva, 2020.
4. PRIDE, W.M., FERRELL, O.C. Fundamentos de marketing. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
5. RÉVILLION, A. S. P; LESSA, B. S; GOMES NETO, R; JUSKI, J. R.; NEUMANN, S. E. Marketing digital. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

1. FERREIRA, D. M. R.; LIMA, A. A. T. F. C.; FERREIRA, M. A. M.; MARTINS, A. F. H. A influência do marketing social na mudança de atitudes: um estudo experimental. Caderno Profissional de Marketing UNIMEP, V. 8, N. 3, 2020. Disponível em: <https://www.cadernomarketingunimep.com.br/ojs/index.php/cadprofmkt/article/view/133>
2. GUADAGNO, N. The biggest lie in marketing. Disponível em <https://amaphiladelphia.com/the-biggest-lie-in-marketing/>.
3. LARENTIS, F.; ANTONELLO, C.S.; SLONGO, L.A. Cultura organizacional e marketing de relacionamento: uma perspectiva interorganizacional. Revista Brasileira de Gestão Negócios, v. 20, n.1, 2018, p.37-56. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/BCClDqFh9hyfVbctCFNsRys/?format=html>
4. MACHADO, R. O. Marketing digital: análise das principais estratégias usadas no comércio eletrônico brasileiro. Revista Eletrônica de Administração e Turismo, v.12, n.7, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/331578733_MARKETING_DIGITAL_ANALISE_DAS_PRINCIPIAS_ESTRATEGIAS_USADAS_NO_COMERCIO_ELETRONICO
5. MANICA, I. P. G. A relevância da estratégia do marketing de relacionamento na experiência do usuário no tabelionato de notas. EnADI 2023. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/124/approved/6354461b879d3b121b0c33d5e7e5da4f.pdf>
6. MAZZAROLO, A. H.; CRISTO-ANDRADE, S. Efeitos do Marketing Interno nas Orientações Estratégicas de Marketing no Setor Bancário. ENANPAD 2020. Disponível em: https://arquivo.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=Mjg1ODk=
7. MORAIS, I. D. C.; SOARES, A. M. Impacto do marketing interno sobre a orientação para o mercado em empresas brasileiras. Revista de Administração Contemporânea, v.21, 197-215, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/J68rN8WjfpFWVNBrkQfDNgB/?lang=pt>
8. OLIVEIRA, M. R.; WEGNER, R. S.; MALHEIROS, M. B.; ROSSATO, V. P.; SILVA, D. J. C. Análise do marketing digital e mídias sociais: estudo multicasos baseado na percepção de gestores. Revista de Administração da Unimep, v. 19, n. 12, p. 1-23, 2022. Disponível em: [file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Oliveira_Wegner_Malheiros_Rossato_Silva_2022_Analise-do-marketing-digital-e_70118%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/Oliveira_Wegner_Malheiros_Rossato_Silva_2022_Analise-do-marketing-digital-e_70118%20(1).pdf)
9. PIMENTEL, L.M. O efeito mediador do uso de dashboards na relação entre orientação para o mercado e o sistema de gestão de marcas. 2020. 108 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba (PR), 2020. Disponível em: <https://www.prppg.ufpr.br/siga/visitante/trabalhoConclusaoWS?idpessoal=78674&idprograma=40001016025P6&anobase=2020&idtc=1387>.
10. PINHEIRO, T. S. O.; PINHEIRO, L. V. S. Marketing de relacionamento nas mídias sociais: revisão sistemática e agenda de pesquisa. Revista de Administração FACES, v.12, 85-100, 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/9025-Texto%20do%20Artigo-28588-1-10-20230116.pdf>
11. REIS, A. C. B. C.; IACOVELO, M. T.; ALMEIDA, L. B. B.; COSTA FILHO, B. A. Marketing de Relacionamento: agregando valor ao negócio com big data. Revista Brasileira de REMark, v. 15, N. 4, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12148>
12. SANTIAGO, M. M. P. F. F. A importância das práticas de marketing interno para o sucesso organizacional. Revista Gestão em Análise, v. 8, n. 3, 2019. Disponível em: <https://periodicos.unicristus.edu.br/gestao/article/view/2727>
13. SANTIAGO, M. M. P. F. F.; COELHO, A.; BAIRRADA, C. M. Como as práticas de marketing interno podem ajudar a alcançar o sucesso organizacional? Revista de Administração Pública (RAP), v. 57, n. 4, 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rap/article/view/89872/84332>
14. SILVA, E.C.; MAZZON, J.A. Revisitando o marketing social. Revista Brasileira de Marketing, v. 17, n. 6, p. 806-820, 2018. Disponível em: https://mestrado.unihorizontes.br/content/uploads/2019/07/Silva_Mazzon_2018_Revisitando-o-Marketing-Social_51913.pdf
15. SILVA, M. E. R. D.; SOUZA, C. V. Marketing social como instrumento promotor da adoção de crianças e adolescentes: uma análise da percepção de agentes públicos, pais e pretendentes. ENANPAD 2022. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/24646475ed957884ca39b0c1d9cc06b2.pdf>
16. TREVISANI, M. Marketing e inteligência artificial precisam caminhar juntos. Forbes, 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-collab/2021/09/marcelo-trevisani-marketing-e-inteligencia-artificial-precisam-caminhar-juntos/>



Documento assinado eletronicamente por **ANA MARIA MACHADO TOALDO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 16/12/2025, às 19:28, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8478763** e o código CRC **E268D7FF**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Finanças de Curto Prazo		Código: SAOB12					
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH					
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): 0h Atividade Curricular de Extensão (ACE): 0h	Padrão (PD): 45h total/ 3h semana	Laboratório (LB): 0h	Campo (CP): 0h	Estágio (ES): 0h	Orientada (OR): 15h total/ 1h semana	Prática Específica (PE): 0h	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0h

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Ferramentas de gestão financeira no curto prazo. Desenvolvimento, implantação e análise de recursos financeiros de curto prazo desde sua captação e controle até sua destinação final.

PROGRAMA

1. Gestão de Resultado: conceitos da área de custos, modelos de DRE, análise CVL, alavancagem, política de crédito. 2. Gestão do Capital de Giro: modelo tradicional (CO, CF, CCL, necessidades permanentes e sazonais de recursos), modelo Fleuriet (CDG, NCG, ST, efeito tesoura). 3. Gestão de Caixa: modelos de administração de caixa (CMO, Baumol, Miller e Orr, Dia da Semana), fluxo de caixa direto e indireto.

OBJETIVO GERAL

Capacitar o aluno do curso de administração a compreender, analisar e propor alternativas que melhorem a saúde econômica e financeira da empresa em diferentes situações relacionadas as finanças de curto prazo.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Diagnosticar situações de dificuldade e folga financeira.

Avaliar diferentes ferramentas que possam ser utilizadas para controlar as finanças de curto prazo em empresas de serviço, comércio e indústria.

Expor os alunos a situações em que devam tomar decisões que promovam melhorias na situação ou controle financeiro das empresas.

Discutir alternativas e ferramentas mais adequadas a cada caso analisado.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina irá se basear, especialmente, na metodologia do PBL (*Problem Based Learning*) para discutir os conceitos previstos a partir de problemáticas reais apresentadas por gestores de empresas com dificuldades em certas questões financeiras e/ou casos fictícios.

45h da disciplina serão teóricas cumpridas com aulas expositivas, exercícios e testes em sala de aula, conforme cronograma abaixo. 15h da disciplina terão carga horária orientada cumprida com leituras, videoaulas e exercícios resolvidos em casa, fora do horário de aula.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados em 2 bimestres: no primeiro será tratado o tópico (i) gestão de resultados e no segundo bimestre serão tratados os tópicos (ii) gestão do capital de giro e (iii) gestão de caixa.

A nota de cada bimestre será assim composta: 30%: desenvolvimento das tarefas, projetos e/ou casos; e 70%: avaliação individual. A nota do semestre será a média simples entre as duas notas bimestrais.

Dia	Assunto	Obs
23/02	Apresentação da disciplina, conteúdos a serem abordados, proposta de metodologia e desafios	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
02/03	Gestão de Resultado: como e porque fazer	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
09/03	Gestão de Resultado: conceitos básicos, classificações dos custos	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
16/03	Gestão de Resultado: métodos de custeio	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
23/03	Gestão de Resultado: análise custo-volume-lucro, alavancagem operacional e demais indicadores	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
30/03	Gestão de Resultado: plano de reserva, pagamento de empréstimos, impostos, estabelecimento de metas	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
06/04	PROVA BIMESTRAL 1	Prova
20/04	Gestão do Capital de Giro: como e porque fazer	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
27/04	Gestão do Capital de Giro: modelo tradicional (PME, PMR, PMP, CO, CF, CCL, necessidades permanentes e sazonais de recursos)	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
04/05	Gestão do Capital de Giro: modelo Fleuriet (classificação das contas cíclicas, erráticas e não-cíclicas, CDG, NCG e ST, efeito tesoura, crescimento máximo, autofinanciamento mínimo, recessão econômica)	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
11/05	Gestão de Caixa: como e porque fazer	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
18/05	Gestão de Caixa: fluxo de caixa, modelos de administração de caixa (caixa mínimo operacional, Baumol, Miller e Orr e Dia da Semana)	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
25/05	Gestão de Caixa: contas a pagar e receber, formas de pagamento, imprevistos	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
01/06	Processos da área financeira: ferramentas/ softwares, organização e divisão de tarefas, comunicação entre funcionários do setor	Aula Expositiva + Caso + Exercícios
08/06	PROVA BIMESTRAL 2	Prova
29/06	EXAME FINAL	Prova

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

GITMAN, L. **Administração Financeira**. 14^a ed. São Paulo: Pearson, 2017.

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 4^a ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D.; LAMB, R. **Fundamentos de Administração Financeira**. 10^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

ASSAF NETO, A.; SILVA, C. A. T. **Administração do Capital de giro**. 4^a ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRIGHAN, E.; EHRHARDT, M. **Administração Financeira**. Teoria e Prática. 3^a Ed. São Paulo: Cengage, 2016.

BRUNI, A. L. **Administração de custos, preços e lucros**. 6^a ed. GEN- Atlas, 2018

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Fundamentos de Finanças Empresariais**. 2^a ed. Rio de Janeiro: GEN - Elsevier, 2022.

SECURATO, J. R. **Cálculo financeiro das tesourarias**: bancos e empresas / organização José Roberto Securato; coautores Anderson C. D. Silva et al. São Paulo: Saint Paul, 2015.

JAIME, P.; LUCIO, F. **Sociologia das organizações**: Conceitos, relatos e casos. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2018.

LOVINSON, A. M.; PETROLL, M. M. **Ética na publicidade e propaganda**: a visão do executivo de agências de comunicação do Rio Grande do Sul.

CADERNOS EBAPE, v. 9, n. 2, artigo 6, Rio de Janeiro, Jun. 2011, p.333–359.

MARCONDES, D. **Textos básicos de ética**: de Platão a Foucault. São Paulo: Zahar, 2007.

NODARI, P. C. A ética aristotélica. **Síntese Nova Fase**, v. 24, n. 78, 1997.

QUEROL, R. Entrevista: Zygmunt Bauman: “As redes sociais são uma armadilha”. **Jornal El País**, 08 de janeiro de 2016.

SROUR, R. **Ética empresarial**. São Paulo: Grupo GEN, 2017.

TAILLE, Y.D. L. **Moral e Ética**. Porto Alegre: Grupo A, 2011.

SANDEL, M. J. **Justiça**: o que é fazer a coisa certa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.



Documento assinado eletronicamente por **CAMILA CAMARGO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 17/12/2025, às 12:15, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8480540** e o código CRC **838057D4**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Matemática Financeira		Código: SAOB21					
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>					
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH					
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): 0h Atividade Curricular de Extensão (ACE): 0h	Padrão (PD): 45h total/ 3h semana	Laboratório (LB): 0h	Campo (CP): 0h	Estágio (ES): 0h	Orientada (OR): 15h total/ 1h semana	Prática Específica (PE): 0h	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 0h

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Finanças Corporativas, os objetivos e as decisões financeiras. Principais noções de Valor do Dinheiro no Tempo e composição de taxa de juros. Cálculos financeiros de valor presente, valor futuro, taxa de juros, prestações, descontos, série de pagamentos e fluxo de caixa de investimentos.

PROGRAMA

1. Introdução: apresentação da área financeira; princípio do valor do dinheiro no tempo; nomenclatura e símbolos para representar operações financeiras; calculadora financeira; sistemas de capitalização. 2. Capitalização Simples: capital, montante, juro, prazo de operações e desconto. 3. Capitalização Composta: valor presente, valor futuro, taxa de juros, prazo de operações financeiras, operações com tarifas (TAC, IOF, IR). 4. Taxas de Juros: proporcionalidade, equivalência, taxa real, taxa over. 5. Séries de Pagamento: antecipado, postecipado, diferido, perpetuidade. 6. Sistemas de Amortização: Price, SAC, Americano.

OBJETIVO GERAL

Capacitar o aluno do curso de administração a compreender e analisar operações financeiras que utilizem conceitos de matemática financeira.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Proporcionar ao aluno mecanismos para desenvolver seu raciocínio lógico.

Apresentar ferramentas que possam ser utilizadas em diferentes operações financeiras.

Estimular o uso da calculadora financeira e planilha eletrônica.

Apresentar ao aluno situações do cotidiano que se baseiam em cálculos de matemática financeira.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina irá mesclar técnicas de sala de aula invertida (com uso de videoaulas) e aulas expositivas, além de resolução de exercícios, desenvolvimento de casos, testes com questões desafio, uso de calculadora financeira, planilha Excel e reforço de monitoria.

45h da disciplina serão teóricas cumpridas com aulas expositivas, exercícios e testes em sala de aula, conforme cronograma abaixo. 15h da disciplina terão carga horária orientada cumprida com leituras, videoaulas e exercícios resolvidos em casa, fora do horário de aula.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados em 4 competências, a saber: (i) juros simples e desconto simples; (ii) juros compostos e operações com tarifas; (iii) taxas de juros; (iv) séries de pagamentos e sistemas de amortização.

A nota do semestre será assim composta:

30%: listas de exercícios e trabalhos desenvolvidos em horário de aula ou extraclasse.

70%: avaliações individuais, divididas em 2 momentos ao longo do semestre.

Dia	Assunto	Obs
27/02	Apresentação da disciplina/ introdução à área de finanças/ princípio do valor do dinheiro no tempo/ sistemas de capitalização.	Aula Expositiva + Exercícios
06/03	Capitalização Simples: capital, montante, juros e prazo de operações.	Aula Expositiva + Exercícios
13/03	Capitalização Simples: desconto racional, desconto comercial e desconto bancário com despesa administrativa.	Aula Expositiva + Exercícios
20/03	Capitalização Composta: valor presente e valor futuro.	Aula Expositiva + Exercícios
27/03	Capitalização Composta: taxa de juros e prazo de operações financeiras.	Aula Expositiva + Exercícios
10/04	Capitalização Composta: operações financeiras com tarifas (TAC, IOF e IR).	Aula Expositiva + Exercícios
17/04	Uso de Calculadora Financeira.	Aula Expositiva + Exercícios
24/04	AVALIAÇÃO INDIVIDUAL 1	Prova
08/05	Taxas de juros: nominais e efetivas/ proporcionalidade e equivalência.	Aula Expositiva + Exercícios
15/05	Taxas de juros: taxa real e taxa over.	Aula Expositiva + Exercícios
22/05	Séries de pagamentos uniformes: antecipadas, postecipadas e diferidas.	Aula Expositiva + Exercícios
29/05	Séries de pagamentos não uniformes. Perpetuidade.	Aula Expositiva + Exercícios
05/06	Sistemas de Amortização: Price, SAC e sistema americano.	Aula Expositiva + Exercícios
12/06	Uso de Tabelas Financeiras e Excel.	Aula Expositiva + Exercícios
19/06	AVALIAÇÃO INDIVIDUAL 2	Prova
03/07	EXAME FINAL	Prova

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ASSAF NETO, A. **Matemática Financeira**. 14^a Ed. São Paulo: Atlas-GEN, 2019.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Matemática Financeira**. São Paulo: Atlas, 2010.

PUCINI, A. **Matemática Financeira**. Objetiva e Aplicada. 10^a Ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Administração financeira**: princípios, fundamentos e práticas brasileiras. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2016.

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Fundamentos de Finanças Empresariais**. 2^a ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2022.

SAMANEZ, C. P. **Matemática Financeira**. São Paulo: Prentice-Hall, 2010.

SANDRINI, J. C.; CHEROBIM, A. P. M. S. **Capitalização de Juros em renegociação de dívidas** : sistemas de amortização. Editora Juruá. 2013.

VIEIRA SOBRINHO, J. D. **Matemática Financeira**. São Paulo: Atlas, 2000.



Documento assinado eletronicamente por **CAMILA CAMARGO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 17/12/2025, às 12:19, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8480548** e o código CRC **3E4B059D**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Pensamento Administrativo		Código: SAOB23	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>	
Pré-requisito: Não há	Co-requisito:	Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH	
CH Total: CH Semanal: Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	60 4 Padrão (PD):	Laboratório (LB): 00 Campo (CP): 00 Estágio (ES): 00 Orientada (OR): 15 Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Esta disciplina propõe uma análise abrangente da evolução da gestão antes e após a Revolução Industrial, abordando os principais marcos teóricos e práticos que moldaram a Administração como ciência ao longo do tempo. Os temas explorados incluem: a gestão antes da revolução industrial; a Administração Científica e Teoria Clássica; as funções administrativas; organização racional do trabalho; Movimento das Relações Humanas; Abordagem Comportamentalista; Teoria do Desenvolvimento Organizacional; Teoria dos sistemas; Teoria da Contingência; Novos modelos de gestão e empreendedorismo.

PROGRAMA

A profissão de Administrador - Eficiência e eficácia
A Gestão antes da Revolução Industrial e a Revolução Industrial
A Administração Científica
Teoria Clássica da Administração
Funções administrativas e organização racional do trabalho
Teoria das Relações Humanas
Teoria Behaviorista/Comportamentalista
Teoria do Desenvolvimento Organizacional
Teoria dos Sistemas
Teoria da Contingência
Novos modelos de gestão e empreendedorismo

OBJETIVO GERAL

- Conhecer a evolução e as teorias iniciais da Administração

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Identificar as várias correntes teóricas do pensamento administrativo
- Verificar os contextos que propiciaram o surgimento das teorias administrativas
- Propor um domínio conceitual básico da teoria administrativa
- Estabelecer relações entre as referências conceituais e situações concretas

ORGANIZAÇÃO DA DISCIPLINA E PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será na modalidade **presencial** com estudos dirigidos e, portanto, será concretizada por meio de encontros presenciais e atividades orientadas remotamente representada por estudos de caso e pesquisas com a disponibilização de materiais para estudo individual.

As aulas presenciais serão conduzidas nas salas de aula do Departamento de Administração Geral e Aplicada em sala designada pela coordenação do curso. As atividades remotas serão supervisionadas tanto individualmente quanto com o uso do ambiente virtual de aprendizagem disponível na UFPRVirtual.

a) Atribuições do Professor

Desenvolver, aplicar e acompanhar as atividades dos estudantes, conforme o cronograma do curso e plano de ensino. Não é atribuição do professor resolver problemas técnicos de acesso, problemas com equipamentos dos estudantes ou da UFPR ou de capacitação do estudante para lidar com os instrumentos e plataformas disponibilizados.

Não é atribuição do professor receber quaisquer documentos como atestados e declarações emitidos por qualquer organismo ou pessoa.

b) Uso de Inteligência artificial para realização das atividades

Não é permitido o uso de ferramentas de Inteligência Artificial na realização das atividades da disciplina, pois isso impede que vocês treinem a própria capacidade de analisar situações e resolver problemas. Nesta etapa da formação o objetivo e as atividades se concentram em exercitar, em um ambiente seguro de aprendizagem, a forma de pensar sobre problemas organizacionais, cometendo erros, revisando raciocínios e construindo soluções de maneira autônoma. Além disso, há estudos recentes que sugerem uma redução no desempenho cognitivo quando há dependência excessiva de sistemas de IA para tarefas de pensamento, justamente porque o esforço intelectual deixa de ser realizado pelo estudante. Assim, a restrição ao uso de IA não é punitiva, mas pedagógica: ela existe para proteger e fortalecer o desenvolvimento das habilidades analíticas, críticas e criativas que são importantes para a formação atuação profissional futura.

Organização da Disciplina

Sistema de Comunicação Adotado

A comunicação com a turma se dará via “Avisos” inseridos na sala de aula virtual por meio da UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br/>) que contém o sistema de comunicação com a turma. Destaque-se que

É necessário que o estudante possua e-mail institucional válido (e-mail UFPR) e funcionando;

É de responsabilidade do estudante matriculado manter e acessar o seu e-mail institucional durante a realização da disciplina.

A professora não é responsável pela instabilidade do sistema e nem por questões ou problemas relacionados ao acesso do estudante aos mecanismos e plataformas usados no âmbito da UFPR. Cabe ao estudante informar-se e saber usar os instrumentos e ferramentas usados em sala de aula e fora dela.

Material Didático Específico

O material didático será composto de uma série de instrumentos que podem ser usados em conjunto ou separadamente. Entre eles se destacam:

- Vídeo aulas disponíveis na Plataforma YouTube ou outra que esteja disponível. Os vídeos podem ser tanto de autoria da professora quanto aqueles disponíveis livremente naquela plataforma.
- Aulas presenciais com a utilização de estratégias de ensino consideradas adequadas pela professora
- Roteiros e materiais de instrução para a realização das atividades propostas;
- Textos de autoria da professora;
- Artigos científicos disponibilizados de forma livre e gratuita pela internet;
- Indicação de livros e materiais de estudo disponíveis na Biblioteca da UFPR

- Disponibilização de links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.
- Podcasts ou streamings de compartilhamento de arquivos de áudio distribuídos livremente na internet

Infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina:

Para que o estudante possa acompanhar as aulas será necessário que:

- Compareça às aulas presenciais;

· **Não use celular em sala de aula** – estudantes que estejam usando celular em sala de aula serão retirados de sala e lhes será atribuída falta para as frações cabíveis.

- Tenha acesso à internet para as atividades extraclasse e atividades orientadas;
- Tenha acesso à equipamento com capacidade para reprodução de vídeos e som;
- Tenha acesso à sala de aula virtual no UFPR Virtual (<https://ufprvirtual.ufpr.br/>) – novamente aqui – é necessário que o estudante tenha e-mail institucional (por exemplo: nomedostudante@ufpr.br)

Não é de responsabilidade do professor a resolução de problemas de ordem técnica advindos tanto da falta de conhecimento, quanto da falta/falha em equipamentos.

FORMAS DE AVALIAÇÃO E AFERIÇÃO DA FREQUÊNCIA

As atividades avaliativas poderão se dar de diversas formas, tais como, provas objetivas, autoavaliação, provas dissertativas, elaboração de produção escrita, elaboração de mapas mentais, entre outros instrumentos avaliativos. A execução da atividade de avaliação deverá ser feita pelo estudante **de forma individual e ética**. Os resultados das atividades serão divulgados em até 30 dias depois da realização das atividades e provas, exceto para a realização de prova final na qual a divulgação da nota pode ser dar até 48 horas antes.

TIPO DE AVALIAÇÃO	FORMA DE AVALIAÇÃO	DATA DA AVALIAÇÃO	DATA LIMITE DE CORREÇÃO OU DEVOLUTIVA DA ATIVIDADE	PONTOS NA NOTA (0 a 100)
Prova	Instrumento formal	Aula 07	Até 30 dias após avaliação	40
Prova	Instrumento formal	Aula 15	Até 48 antes da prova final	40
Atividades e avaliações em classe e extra-classe	Instrumentos diversos	Em qualquer aula	Em sala de aula e extraclasse	10
Autoavaliação	Questionário on-line ou outro	Aula 15	Sem devolutiva	10
EXAME FINAL : Conforme calendário acadêmico oficial da UFPR divulgado pela PROGRAD e Aprovado pelo CEPE				
				TOTAL = 100

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades de avaliação e ensejam nas seguintes situações em relação à aprovação/reprovação:

- Nota total semestral igual ou superior a sete, resulta na aprovação do estudante;
- Nota total semestral entre 40 e 69 resulta na necessidade do estudante em realizar de exame final.
- Nota total semestral inferior a 40 resulta na reprovação direta sem direito a exame final.

A aprovação é condicionada à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h) conforme Lei de Diretrizes e Bases da Educação. A aferição do desempenho se dará conforme o quadro a seguir:

AFERIÇÃO DA FREQUÊNCIA

A frequência será aferida por meio de chamadas e/ou listas de presenças e atividades presenciais. A carga horária da disciplina é de 60 horas conforme projeto pedagógico. Isso significa dizer que, **mesmo que o estudante seja matriculado depois do início das aulas, serão atribuídas faltas nas datas anteriores à matrícula na disciplina.** Tal previsão está contida igualmente no regimento da UFPR em que consta expressamente:

- Artigo 86 “§ 1º Entende-se por assiduidade a frequência mínima de setenta e cinco por cento das atividades de cada disciplina, vedado o abono de faltas.”
- Art. 88. “São condições de aprovação por média: I- alcançar o mínimo de frequência igual a setenta e cinco por cento das atividades didáticas na disciplina”;

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

- a) ANDRADE, R. O. A.; AMBONI, N. **Teoria geral da Administração:** das origens às perspectivas contemporâneas. São Paulo: M. Brooks, 2007.
- b) CHIAVENATO, I. Introdução à teoria geral da administração - Edição Compacta– 5^a Ed. |

- c) MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. 4 ed. São Paulo: Atlas. 1995.
- d) MOTTA, F. C. P.; VASCONCELOS, I. F. F. G. D. **Teoria geral da administração**. Cengage Learning Brasil, 2021

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

COMPARATO, F. K. Capitalismo: civilização e poder. **Estudos avançados**, v. 25, n.72, p. 251-276. disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ea/a/6rdn6gfNjWGcwjBVcFszSWh/?lang=pt>

FAYOL, Henri. **Administração industrial e geral**. São Paulo: Atlas, 1989.

FERNANDES. Jane M Ferreira. **Níveis hierárquicos e tomada de decisão nas organizações**. Texto de elaboração própria, 2024.

FERNANDES, Jane M Ferreira. PodCast: **Fordismo?**

FERNANDES, Jane M Ferreira. **Sobre a profissão do Administrador**. texto de elaboração própria, 2025

FERNANDES, Jane M Ferreira. **Revolução Industrial e Gestão**. Texto de elaboração própria. Março/2025

FERNANDES, Jane M Ferreira. **Movimento das relações humanas**. Texto de elaboração própria. 2024

FERNANDES, Jane M Ferreira **Estrutura organizacional**. Texto de elaboração própria, 2022.

FERNANDES, Jane M Ferreira. **Abordagem comportamentalista na Administração**. Texto de elaboração própria.

HONORIO, Luiz Carlos. A internacionalização de empresas brasileiras em uma perspectiva motivacional. **RAM, Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 2, p. 128-151,2008. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000200007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 01/09/2021.

<https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000200007>.

MAXIMIANO, Antônio C. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas, 2009.

MOTTA, F. C. P. A teoria geral dos sistemas na teoria das organizações. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, [S. I.], v. 11, n. 1, p. 17–33, 1971. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/view/40313>. Acesso em: 1 mar. 2023.

MOTTA, Fernando P. Algumas considerações do desenvolvimento organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v.12, n.2, 1972.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **História da Administração**: como entender as origens, aplicações e as evoluções da Administração. São Paulo: Atlas, 2012.

PUGH, Derek S; HICKSON, David J. **Os teóricos das organizações**. Rio de Janeiro: Qualimark, 2004.

SIMON, Herbert. **Comportamento administrativo**: estudo do processo decisório nas organizações administrativas. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1979.

SOUZA, Edson Miranda De; AGUIAR, Afrânia Carvalho. Publicações póstumas de Henri Fayol: revisitando sua teoria administrativa. **RAM, Revista de Administração Mackenzie (Online)**, v.12, n.1, p.204-227, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S167869712011000100008&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 13 out. 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712011000100008>.

TAYLOR, Frederick W. **Princípios de administração científica**. São Paulo: Atlas, 1995.

VIZEU, Fabio. (Re)contando a velha história: reflexões sobre a gênese do Management. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 5, p. 780-797, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552010000500002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 13 out. 2020

WREN, D.A; BEDEIAN, A.G. **The evolution of management thought**. 6 ED. Wiley, 2009



Documento assinado eletronicamente por **JANE MENDES FERREIRA FERNANDES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 17/12/2025, às 17:11, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8482151** e o código CRC **EBD2A123**.

1 DADOS GERAIS

Disciplina: Raciocínio Lógico e Quantitativo – SAOB28 N1

Pré-requisito: Não há

Créditos:

CH total: 45h presencial + 15h Atividades Orientadas

Número de vagas ofertadas: 50

Dia da semana: Quarta-feira

Docente: Talita Mariana Pinho Schimidt

Contato:

talitapschmidt@gmail.com

Código: SAOB28

CH semanal: 03h + 01h

Turno: Noturno

2 EMENTA

Funções. Cálculo Diferencial e Integral em Gestão. Álgebra Matricial na Gestão. Proposições Lógicas. Funções Proposicionais. Estudo das proposições: analogias, inferências, deduções e conclusões. Argumentação. Lógica de argumentação. Aplicação em casos administrativos. Operações lógicas. Equivalência Lógica e Implicação Lógica. Álgebra, sentenças e quantificadores. O pensamento lógico e a teoria dos jogos em administração. Argumentação Lógica.

3 CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

3.1 Introdução ao Cálculo

- Funções Lineares, polinomiais, exponenciais e logarítmicas.
- Derivadas
- Aplicações de Derivadas na Gestão
- Integrais
- Aplicações de integrais na Gestão
- Sistemas lineares
- Aplicações de Sistemas Lineares na Gestão

3.2 Lógica de Argumentação

- Sentenças
- Operação
- Relação
- Proposições
- Premissa e Conclusão
- Mentiras e Verdades
- Aplicações em contextos gerenciais

3.3 Estudo das Proposições

- Conceito de proposição. Valores lógicos das proposições.
- Proposições compostas
- Conectivos lógicos

- Tabelas Verdade
- Equivalência entre proposições
- Negação de proposições

4 OBJETIVO GERAL

Capacitar os alunos a desenvolverem habilidades de raciocínio lógico aplicáveis a problemas empresariais e sociais, bem como a compreender a importância da lógica na tomada de decisões.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Ao final da disciplina, o estudante deverá ser capaz de:

- Aplicar os conceitos de cálculo diferencial e integral na gestão
- Introduzir os conceitos básicos de lógica formal e informal;
- Desenvolver a capacidade dos alunos de identificar e analisar argumentos lógicos;
- Capacitar os alunos a aplicar as técnicas de raciocínio lógico para resolver problemas empresariais e sociais;
- Apresentar as principais falácia e mostrar como evitá-las na construção de argumentos;
- Promover a habilidade de expressão clara e coerente do pensamento lógico.

Competências adquiridas

- Capacidade de identificar e analisar argumentos lógicos;
- Habilidade de aplicar técnicas de raciocínio lógico na solução de problemas empresariais e sociais;
- Competência na construção de argumentos lógicos coerentes e válidos;
- Conhecimento das principais falácia e habilidade para evitá-las na construção de argumentos;
- Habilidade de expressar o pensamento lógico de forma clara e coerente.

6 METODOLOGIA

A Metodologia de Ensino será composta por:

- Aulas expositivas e dialogadas
- Exercícios práticos em sala
- Atividades orientadas, em tempo de estudo fora de sala

7 FORMAS DE AVALIAÇÃO

- Duas provas individuais – 75% da nota final
- Entregas de atividades – 25% da nota final

8 PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

a. Sistema de Comunicação

O sistema de comunicação diz respeito à maneira como será feita a comunicação entre professor e estudantes e entre estudantes. No âmbito da disciplina SA0B28 – RACIOCÍNIO LÓGICO E QUANTITATIVO, a dinâmica acontecerá da seguinte forma: 45 horas de aulas presenciais e outras 15 horas de atividades orientadas. A comunicação entre professor e estudantes será oral e dinâmica, entregas das atividades acontecerá via Teams.

b. Material didático específico

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

- 1) Quadro negro, giz, sala de aula e planos de aula disponibilizados pelo professor;
- 2) Listas de exercícios para atividades orientadas a cada aula presencial realizada;
- 3) Guia de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática;
- 4) Aulas expositivo-dialogadas;
- 5) Disponibilização de Links externos: de vídeos e textos relacionados com o tema de cada aula.

9 BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Disponíveis na Minha Biblioteca

- Medeiros, V. Z., Caldeira, A. M., & Silva, L.M.O. D. et al. (2013). *Pré-Cálculo* (3rd ed.). Cengage Learning Brasil.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522116515>

- Rogawski, J., Adams, C., & Doering, C. I. (2018). *Cálculo. v.2* (3rd ed.). Grupo A.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788582604588>

- Bispo, C.A. F., Castanheira, L. B., & Filho, O.M. S. (2017). *Introdução à Lógica Matemática*. Cengage Learning Brasil.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522115952>
- Leithold, L. (1990). O Cálculo com Geometria Analítica. (3rd ed.).
- VILLAR, B. **Raciocínio Lógico-Matemático Facilitado**. 5^a ed. Editora Método, 2019.

10 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ALENCAR, Edgar F. **Iniciação à lógica matemática**. 18^a ed. São Paulo: Livraria Nobel S. A., 2000.
- Ferreira, J.M., Ramos, S.C., Scherner, M.L.T.; Raciocínio Analítico. Construindo e Entendendo a Argumentação, Editora Atlas, 2010.
- Perelman, Chaim; Olbrechts-Tyteca, L.; **Tratado da argumentação: a nova retórica**; Editora Martins Fontes, 2005.

11 CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

Semanas	Tema	Data	Conteúdo Programático	CH Semanal Total
1	Introdução ao Cálculo	04/03/2026	Funções Lineares e polinomiais	3h + 1h
2	Introdução ao Cálculo	11/03/2026	Funções Exponenciais e Regras de Derivação	3h + 1h
3	Introdução ao Cálculo	18/03/2026	Derivadas	3h + 1h
4	Introdução ao Cálculo	25/03/2026	Aplicações de Derivadas	3h + 1h
5	Introdução ao Cálculo	01/04/2026	Matrizes	3h + 1h
6	Introdução ao Cálculo	08/04/2026	Sistemas Lineares	3h + 1h
7	Prova 1	15/04/2026	Prova 1 - Pré cálculo e sistemas lineares	3h + 1h
8	Lógica de Argumentação	22/04/2026	Introdução a Lógica	3h + 1h
9	Lógica de Argumentação	29/04/2026	Sentenças, Operações Relação	3h + 1h
10	Lógica de Argumentação	06/05/2026	Proposições simples, compostas e negação	3h + 1h
11	Estudo das Proposições	13/05/2026	Conectivos lógicos e Tabelas Verdade	3h + 1h
12	Estudo das Proposições	20/05/2026	Equivalencia entre proposições e Negação de proposição	3h + 1h
13	Estudo das Proposições	27/05/2026	Argumentação e Raciocínio Analítico	3h + 1h
14	Estudo das Proposições	03/06/2026	Argumentação e Raciocínio Analítico	3h + 1h
15	Prova 2	10/06/2026	Prova 2 - Raciocínio Lógico	3h + 1h
		17/06/2026	Semana de estudos	
		24/06/2026	Semana de estudos	
	Exame Final	01/07/2026	Exame - Cálculo, Lógica de Argumentação e Proposições	4h

1 DADOS GERAIS

Disciplina: Raciocínio Lógico e Quantitativo – SAOB28 N2
Pré-requisito: Não há
Créditos:
CH total: 45h presencial + 15h Atividades Orientadas
Número de vagas ofertadas: 50
Dia da semana: Segunda-feira

Docente: Talita Mariana Pinho Schimidt
Contato: talita.schimidt@ufpr.br
Código: SAOB28
CH semanal: 03h + 01h
Turno: Noturno

2 EMENTA

Funções. Cálculo Diferencial e Integral em Gestão. Álgebra Matricial na Gestão. Proposições Lógicas. Funções Proposicionais. Estudo das proposições: analogias, inferências, deduções e conclusões. Argumentação. Lógica de argumentação. Aplicação em casos administrativos. Operações lógicas. Equivalência Lógica e Implicação Lógica. Álgebra, sentenças e quantificadores. O pensamento lógico e a teoria dos jogos em administração. Argumentação Lógica.

3 CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

3.1 Introdução ao Cálculo

- Funções Lineares, polinomiais, exponenciais e logarítmicas.
- Derivadas
- Aplicações de Derivadas na Gestão
- Integrais
- Aplicações de integrais na Gestão
- Sistemas lineares
- Aplicações de Sistemas Lineares na Gestão

3.2 Lógica de Argumentação

- Sentenças
- Operação
- Relação
- Proposições
- Premissa e Conclusão
- Mentiras e Verdades
- Aplicações em contextos gerenciais

3.3 Estudo das Proposições

- Conceito de proposição. Valores lógicos das proposições.
- Proposições compostas
- Conectivos lógicos

- Tabelas Verdade
- Equivalência entre proposições
- Negação de proposições

4 OBJETIVO GERAL

Capacitar os alunos a desenvolverem habilidades de raciocínio lógico aplicáveis a problemas empresariais e sociais, bem como a compreender a importância da lógica na tomada de decisões.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Ao final da disciplina, o estudante deverá ser capaz de:

- Aplicar os conceitos de cálculo diferencial e integral na gestão
- Introduzir os conceitos básicos de lógica formal e informal;
- Desenvolver a capacidade dos alunos de identificar e analisar argumentos lógicos;
- Capacitar os alunos a aplicar as técnicas de raciocínio lógico para resolver problemas empresariais e sociais;
- Apresentar as principais falácia e mostrar como evitá-las na construção de argumentos;
- Promover a habilidade de expressão clara e coerente do pensamento lógico.

Competências adquiridas

- Capacidade de identificar e analisar argumentos lógicos;
- Habilidade de aplicar técnicas de raciocínio lógico na solução de problemas empresariais e sociais;
- Competência na construção de argumentos lógicos coerentes e válidos;
- Conhecimento das principais falácia e habilidade para evitá-las na construção de argumentos;
- Habilidade de expressar o pensamento lógico de forma clara e coerente.

6 METODOLOGIA

A Metodologia de Ensino será composta por:

- Aulas expositivas e dialogadas
- Exercícios práticos em sala
- Atividades orientadas, em tempo de estudo fora de sala

7 FORMAS DE AVALIAÇÃO

- Duas provas individuais – 75% da nota final
- Entregas de atividades – 25% da nota final

8 PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

a. Sistema de Comunicação

O sistema de comunicação diz respeito à maneira como será feita a comunicação entre professor e estudantes e entre estudantes. No âmbito da disciplina SA0B28 – RACIOCÍNIO LÓGICO E QUANTITATIVO, a dinâmica acontecerá da seguinte forma: 45 horas de aulas presenciais e outras 15 horas de atividades orientadas. A comunicação entre professor e estudantes será oral e dinâmica, entregas das atividades acontecerá via Teams.

b. Material didático específico

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

- 1) Quadro negro, giz, sala de aula e planos de aula disponibilizados pelo professor;
- 2) Listas de exercícios para atividades orientadas a cada aula presencial realizada;
- 3) Guia de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática;
- 4) Aulas expositivo-dialogadas;
- 5) Disponibilização de Links externos: de vídeos e textos relacionados com o tema de cada aula.

9 BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Disponíveis na Minha Biblioteca

- Medeiros, V. Z., Caldeira, A. M., & Silva, L.M.O. D. et al. (2013). *Pré-Cálculo* (3rd ed.). Cengage Learning Brasil.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522116515>

- Rogawski, J., Adams, C., & Doering, C. I. (2018). *Cálculo. v.2* (3rd ed.). Grupo A.

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788582604588>

- Bispo, C.A. F., Castanheira, L. B., & Filho, O.M. S. (2017). *Introdução à Lógica Matemática*. Cengage Learning Brasil.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522115952>
- Leithold, L. (1990). O Cálculo com Geometria Analítica. (3rd ed.).
- VILLAR, B. **Raciocínio Lógico-Matemático Facilitado**. 5^a ed. Editora Método, 2019.

10 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- ALENCAR, Edgar F. **Iniciação à lógica matemática**. 18^a ed. São Paulo: Livraria Nobel S. A., 2000.
- Ferreira, J.M., Ramos, S.C., Scherner, M.L.T.; Raciocínio Analítico. Construindo e Entendendo a Argumentação, Editora Atlas, 2010.
- Perelman, Chaim; Olbrechts-Tyteca, L.; **Tratado da argumentação: a nova retórica**; Editora Martins Fontes, 2005.

11 CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

Semanas	Tema	Data	Conteúdo Programático	CH Semanal Total
1	Introdução ao Cálculo	02/03/2026	Funções Lineares e polinomiais	3h + 1h
2	Introdução ao Cálculo	09/03/2026	Funções Exponenciais e Regras de Derivação	3h + 1h
3	Introdução ao Cálculo	16/03/2026	Derivadas	3h + 1h
4	Introdução ao Cálculo	23/03/2026	Aplicações de Derivadas	3h + 1h
5	Introdução ao Cálculo	30/03/2026	Matrizes	3h + 1h
6	Introdução ao Cálculo	06/04/2026	Sistemas Lineares	3h + 1h
7	Prova 1	13/04/2026	Prova 1 - Pré cálculo e sistemas lineares	3h + 1h
8	Lógica de Argumentação	20/04/2026	Introdução a Lógica	3h + 1h
9	Lógica de Argumentação	27/04/2026	Sentenças, Operações Relação	3h + 1h
10	Lógica de Argumentação	04/05/2026	Proposições simples, compostas e negação	3h + 1h
11	Estudo das Proposições	11/05/2026	Conectivos lógicos e Tabelas Verdade	3h + 1h
12	Estudo das Proposições	18/05/2026	Equivalencia entre proposições e Negação de proposição	3h + 1h
13	Estudo das Proposições	25/05/2026	Argumentação e Raciocínio Analítico	3h + 1h
14	Estudo das Proposições	01/06/2026	Argumentação e Raciocínio Analítico	3h + 1h
15	Prova 2	08/06/2026	Prova 2 - Raciocínio Lógico	3h + 1h
		15/06/2026	Semana de estudos	
		22/06/2026	Semana de estudos	
	Exame Final	29/06/2026	Exame - Cálculo, Lógica de Argumentação e Proposições	4h



Plano de Ensino e Ficha 02

Comportamento Organizacional

Disciplina: COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL					Código: SAOB03	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa	<input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular					
Pré-requisito:	Co-requisito:		Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input type="checkbox"/> 80 % EaD* (Híbrida)			
CH Total: 60 CH semanal: 4 a 8hs	Padrão (PD):	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 00	Prática Específica (PE): 00
Estágio de Formação Pedagógica (EFP):	Extensão (EXT): 00	Prática como Componente Curricular (PCC): 00				
EMENTA (Unidade Didática)						
Fundamentos do Comportamento Humano. Introdução ao Comportamento Organizacional. Diversidade. Atitudes e Satisfação no trabalho. Emoções e Humores. Personalidade e Valores. Percepção e Tomada de Decisão. Administração de Estresse. Conceitos de Motivação. Fundamentos do Comportamento em Grupo e as Equipes de Trabalho. Comunicação. Poder e Política. Liderança. Cultura Organizacional. Aprendizagem Organizacional. Temas transversais.						

PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

- Comportamento Organizacional: definições e campos de estudo.
- Entendendo a Diversidade nas organizações.
- Personalidade e Valores.
- Emoções e Humores e seus impactos no comportamento e desempenho das pessoas no trabalho.
- Comunicação.
- Stress, Resiliência e Síndrome de Burnout sob o enfoque do Comportamento Organizacional.
- Grupos e Equipes nas Organizações.
- Cultura em Organizações.
- Atitudes, Sustentabilidade Social e Satisfação no Trabalho.
- Teorias Atuais sobre Liderança
- Temas Transversais

OBJETIVO GERAL

Fornecer o suporte teórico-prático que permita aos alunos aprimorar a compreensão do comportamento humano em ambientes organizacionais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Entender o Comportamento Organizacional suas definições e campos de estudo; Compreender a importância do tema Diversidade para as organizações; Compreender o tema Comunicação; Entender a Emoção e seus impactos no comportamento e desempenho das pessoas no trabalho; Entender o que é a Cultura em Organizações; Entender os processos de Stress, Resiliência e Estratégias de Coping sob o enfoque do Comportamento Organizacional; Compreender Atitudes, Sustentabilidade Social e Satisfação no Trabalho; Compreender o tema Liderança; Compreender Grupos e Equipes nas Organizações; Analisar as Pesquisas em Comportamento Organizacional.



PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

O curso será apresentado por meio da análise e discussão dos diversos tópicos do programa. Os alunos serão avaliados através de resenhas, provas escritas, trabalhos em grupo e seminários.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação dos alunos será composta pelas seguintes atividades realizadas de modo presencial:

- *Prova Bimestral I, presencial + Atividades realizadas em sala de Aula. As atividades contemplarão os conteúdos das aulas 01 a 06.*
- *Prova Bimestral II, presencial + Atividades realizadas em sala de Aula. As atividades contemplarão os conteúdos das aulas 08 a 14.*

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades e provas bimestrais I e II. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Obs. Artigos, capítulos de livros, e materiais relacionados aos temas da disciplina serão disponibilizados na plataforma virtual utilizada na disciplina.

1. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Comportamento organizacional**. 18º. ed. São Paulo: Pearson, 2020.
2. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.
3. GRIFFIN, Ricky W.; MOORHEAD, Gregory. **Comportamento Organizacional: gestão de pessoas e organizações** - Tradução da 11ª edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

1. LOURENÇO, Mariane L.; ROSALIA RIBEIRO SILVA, Mara; SANTANA GALVÃO OLIVEIRA, Rafael. University social responsibility and empathy in organizations during COVID-19 pandemic in Brazil. **Social Responsibility Journal**, v. 18, n. 4, p. 806-824, 2022.
2. MCSHANE, Steven L.; GLINOW, Mary A V. **Comportamento organizacional**. Porto Alegre: Grupo A, 2014.
3. NEWSTROM, John W. **Comportamento Organizacional: O Comportamento Humano no Trabalho**. AMGH Editora, 2008.
4. SCHERMERHORN JR, John R.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. **Fundamentos de comportamento organizacional**. Bookman Editora, 2009.
5. WAGNER, John. **Comportamento organizacional**. Saraiva Educação SA, 2020.

Professor da Disciplina: _____

Assinatura: _____

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: _____

Assinatura: _____

CRONOGRAMA DAS AULAS

Aula 01 - Apresentação do Programa e das Abordagens Principais

Leitura Complementar: Introdução ao Comportamento Organizacional. (cap. 01): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A. **Fundamentos do Comportamento Organizacional:** teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

DATA: 23/02/2026

Aula 02 – Comportamento Organizacional/Diversidade

Leitura: Diversidade nas organizações. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional:** teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

DATA: 02/03/2026

Aula 03 – Personalidade e Valores

Leitura: Personalidade e valores. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. Fundamentos do Comportamento Organizacional:teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

DATA: 09/03/2026

Aula 04 - Comunicação

Leitura: Comunicação. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. Fundamentos do Comportamento Organizacional:teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Data: 16/03/2026

Aula 05 - Emoções e Humores

Leitura: Emoções e humores. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional.** 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

DATA: 23/03/2026

Aula 06- Emoções e humores: Ansiedade

Leitura: Lourenço, M. L. Ansiedade: o que é, principais transtornos e como superar. Work Paper, 2026.

Leitura complementar: BARBOSA, Ana Beatriz. **Mentes Ansiosas:** Medo e Ansiedade nossos de cada dia. Capítulo03: A ansiedade dos insônes. São Paulo: Principium, 2017.

Data: 30/03/2026

Aula 07 - Emoções e Humores: Tristeza e Depressão/ Felicidade no Trabalho: é possível?

Leituras: Lima, L. Seu trabalho te deprime? Revista Você S/A. Julho, 2017. p. 01-09./ Lourenço, M. L.

Transtornos Depressivos. Work Paper, 2024. / Felicidade no trabalho - Leituras: RIBEIRO, Andresa Darosci Silva; SILVA, Narbal. Significados de Felicidade orientados pela Psicologia Positiva em Organizações e no Trabalho. **Psicología desde el Caribe**, v. 35, n. 1, p. 60-80, 2018.

Vídeo sobre o tema

DATA: 06/04/2026

Aula 08 – Prova Bimestral I. A avaliação contemplará os conteúdos das aulas 01 a 07.

Presencial

DATA: 13/04/2026

Aula 09 – Devolutiva da prova e tema: Stress e Trabalho/ Síndrome de Burnout

Leitura: Stress e Trabalho. GRIFFIN, R.W. **Comportamento Organizacional:** gestão de pessoas e organizações. (capítulo 07). Administração do estresse e equilíbrio trabalho vida-pessoal. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

Leitura: Work Paper Síndrome de Burnout

DATA: 20/04/2026

Aula 10 – Grupos na organização

Leitura: Fundamentos do Comportamento de Grupo. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F.

Fundamentos do Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Compreendendo as Equipes de Trabalho

Leitura: Compreendendo as Equipes de Trabalho. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. Fundamentos do Comportamento Organizacional: teoria e prática no contexto brasileiro. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

DATA: 27/04/2026

Aula 11 – Atitudes, satisfação no trabalho e Sustentabilidade Social

Leitura: Atitudes e satisfação no trabalho. (cap. 03): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F.

Fundamentos do Comportamento Organizacional. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Tema Transversal:

LOURENÇO, Mariane Lemos *et al.* **Narrativas de mulheres empreendedoras negras no Brasil:** desafios e estratégias durante a pandemia da COVID-19. In: LOURENÇO, Mariane Lemos; FERNANDES, Camilla (Orgs.) *Mulheres e trabalho: trajetórias e desafios no mundo contemporâneo*. Curitiba: Juruá Editora, 2023. p. 65–81.

DATA: 04/05/2026

Aula 12 - Cultura Organizacional e Liderança

Cultura Organizacional

Leitura: Cultura Organizacional. ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional.** 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

Leitura: Liderança. (cap. 12): ROBBINS, S.; JUDGE, T.A.; SOBRAL, F. **Fundamentos do Comportamento Organizacional.** 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2014.

DATA: 11/05/2026

Aula 13 – Revisão dos Temas do Bimestre

DATA: 18/05/2026

Aula 14 – Prova Bimestral II - Presencial

A avaliação contemplará os conteúdos das aulas 08 a13.

Data: 25/05/2026

Aula 15 – Devolutiva da Prova e Divulgação das Notas

Data: 01/06/2026



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Exame Final – Presencial
Data: 29/06/2026



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Análise das Organizações		Código: SAOB02						
Natureza: (x) Obrigatória () Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>						
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH						
CH Total: 60h	CH Semanal: 4h	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):								

EMENTA

Origens do estudo das organizações. Componentes analítico-operacionais das organizações. Aspectos contemporâneos das organizações. Perspectivas teóricas em organizações.

PROGRAMA

1. Organizações modernas: quando surgem e como se caracterizam?
2. Organização formal: princípios burocráticos e profissionais
3. Autoridade: fundamentos da agregação organizacional
4. O reconhecimento do ambiente: o reconhecimento fundante da organização como um sistema aberto
5. A estruturação da organização: uma introdução aos seus principais elementos
6. A estruturação da organização: trabalhando autoridade e controle
7. A estruturação da organização: as configurações estruturais
8. Estratégia e estrutura: uma relação clássica na Teoria Organizacional
9. Novas formas organizacionais e o olhar da Teoria das Organizações
10. As organizações vistas como cérebros: o papel da tomada de decisão, da tecnologia, do conhecimento e da aprendizagem na compreensão das organizações
11. Organizações e mudança: o imperativo da transformação no fazer organizacional
12. Organizações e sociedade: o imperativo da imersão social no fazer organizacional

OBJETIVO GERAL

Compreender as origens do estudo das organizações, seus componentes analítico-operacionais, aspectos contemporâneos e perspectivas teóricas.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- a) Adquirir conhecimento sobre o campo de estudos organizacionais.
- b) Conhecer as perspectivas e limitações da área.
- c) Interpretar as diferentes concepções e fatores organizacionais.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será desenvolvida mediante aulas expositivo-dialogadas quando serão apresentados os conteúdos curriculares teóricos. Serão utilizados os seguintes recursos: quadro de giz, notebook e projetor multimídia.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota da disciplina será a média das notas do primeiro e segundo bimestre, conforme apresentado abaixo. Se a nota final for igual ou superior a 70 o(a) estudante está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o(a) estudante estará reprovado(a).

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h). Não há negociação sobre a frequência nas aulas, abono de faltas ou substituição da presença por qualquer outro tipo de atividade. A nota semestral da disciplina será composta da seguinte forma:

Tipo de Avaliação	Data	Valor
Primeiro bimestre		
Prova 1	09/04	70
Participação positiva	Durante as aulas	5
Trabalho de pesquisa	09/04	25
Segundo bimestre		
Prova 2	28/05	70
Participação positiva	Durante as aulas	5
Trabalho de pesquisa	28/05	25

A participação positiva será avaliada de forma individual e compõe os seguintes aspectos:

a) A contribuição do aluno nas aulas:

- Respostas aos questionamentos verbais direcionados
- Exemplos pertinentes
- Resolução de atividades
- Contribuições com materiais pertinentes: artigos, reportagens, livros, textos, experiências e vídeos.

b) Aspectos comportamentais:

- Cooperação com a professora/instituição

- Cooperação com os colegas
- Respeito em sala
- Manutenção do silêncio quando necessário
- Participação quando solicitada
- Iniciativa
- Frequência nas aulas.

Os materiais da disciplina (com exceção dos textos de livros, os quais possuem direitos autorais) serão disponibilizados no Teams.

Cronograma:

SEMANA	DATA	TEMA	REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO
01	26/02	Apresentação da disciplina Introdução ao entendimento das organizações modernas.	Apresentação do planejamento do semestre.
02	05/03	Autoridade e controle.	Jones (2010) - Capítulo 5.
03	12/03	Organização formal: princípios burocráticos e profissionais.	Silva (2008) - Capítulo 6.
04	19/03	Estruturação da organização.	Mintzberg (2024) - Capítulos 4 e 7.
05	26/03	A estruturação da organização: as configurações estruturais (1)	Mintzberg (2008) - Capítulos 9 e 10.
06	02/04	A estruturação da organização: as configurações estruturais (2)	Mintzberg (2008) - Capítulos 11 e 12.
07	09/04	Prova 1	Entrega do Trabalho de pesquisa; Para a prova, todo conteúdo do bimestre, sem consulta a nenhum tipo de material.
08	16/04	Estratégia e estrutura: uma relação clássica na Teoria Organizacional	Almeida, Machado Neto e Giraldi (2006)
09	23/04	As organizações vistas como cérebros	Morgan (2010) - Capítulo 4.
10	30/04	As organizações vistas como culturas	Morgan (2010) - Capítulo 5.
11	07/05	Mudança organizacional	Jones (2010) - Capítulo 10.
12	14/05	Mudança organizacional	Robbins, Judge, Sobral (2010) - Capítulo 18.
13	21/05	Atividade orientada	
14	28/05	Prova 2	Entrega do Trabalho de pesquisa; Para a prova, todo conteúdo do bimestre, sem consulta a nenhum tipo de material.
15	11/06	Entrega de notas e fechamento da disciplina	
EXAME	02/07	Avaliação formal, individual, por escrito e sem consulta.	Todo o conteúdo discutido durante o semestre, sem consulta a nenhum tipo de material.

* Mudanças de datas em relação aos conteúdos poderão ocorrer em virtude do andamento das aulas.

Atividades Orientadas

DATA	ATIVIDADE	FREQUÊNCIA
12/03	Leitura Jones (2010) - Capítulo 5.	1h
19/03	Leitura Silva (2008) - Capítulo 6.	2h
26/03	Leitura Mintzberg (2024) - Capítulos 4 e 7	2h
02/04	Leitura Mintzberg (2024) - Capítulos 8 e 9	2h
09/04	Leitura Mintzberg (2024) - Capítulos 10 e 11	2h
23/04	Leitura Almeida, Machado Neto, Giraldi (2006)	1h
30/04	Leitura Morgan (2010) - Cap.4	1h
07/05	Leitura Morgan (2010) - Cap.5	1h
14/05	Leitura Jones (2010) - Cap.10.	1h
28/05	Robbins, Judge, Sobral (2010) - Cap.18	2h
		15h total

SISTEMA DE CONDUÇÃO DAS AULAS

- As chamadas podem ser efetuadas a qualquer momento em sala de aula.
- É de responsabilidade do aluno responder chamada. Se o ruído da sala prejudicar poderá ser imputado falta.
- A tolerância para atraso é dos estudantes é de 10 minutos, depois disso, o estudante que não se encontrar em sala de aula terá registrada a falta no diário de classe.
- O limite de faltas é 25% da carga horária total da disciplina. Os estudantes devem manter o próprio controle, não sendo responsabilidade do professor alertar sobre a quantidade de faltas dos estudantes.
- Os trabalhos devem ser entregues tempestivamente. Trabalhos em atraso terão a nota reduzida diariamente.
- A programação da disciplina pode sofrer pequenas alterações em função de mudanças do calendário acadêmico da UFPR.

REGRAS DE CONVIVÊNCIA

- Manter o respeito e a postura em sala de aula.
- O silêncio é essencial durante o período de exposição do conteúdo; os momentos de participação serão solicitados pela professora.
- Evitar entrar e sair da sala após iniciada a aula.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

EZTIONI, A. Organizações Complexas: um estudo das organizações em face dos

- problemas sociais. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1971.
- JONES, G. R. Teoria das Organizações. 6. Ed. São Paulo: Pearson Education, 2010.
- KOTTER, John P. Liderando mudanças. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2017.
- MINTZBERG.H. Entendendo as organizações... Finalmente! Estruturas em sete configurações. Porto Alegre: Bookman, 2024.
- MORGAN, G. Imagens da Organização. São Paulo: Editora Atlas, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

- CLEGG, S.; KORNBERGER, M.; PITIS, T. Administração e Organizações. São Paulo: Grupo A, 2014.
- DAFT, R. L. Organizações: teoria e projetos. Tradução da 11^a edição norte-americana. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014.
- BARNARD, C. I. As Funções do Executivo. Lisboa: Edições Sílabo, 2019.
- BLAU, P.; SCOTT, W. R. Organizações formais. São Paulo: Atlas, 1970.
- CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. Handbook de estudos organizacionais (volumes 1, 2, 3). São Paulo: Atlas, 1999.
- CHANDLER, A. Strategy and Structure: chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Cambridge: The MIT Press, 1962.
- CRUBELLATE, J. Ambiente organizacional. São Paulo: Cengage, 2008.
- HALL, R. Organizações: estrutura, processos e resultados. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- KALBERG, S. Max Weber: Uma introdução. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- PRESTES-MOTTA, F. C.; BRESSER-PEREIRA, L. C. Introdução à organização burocrática. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Filipe. Comportamento Organizacional: Teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- SCOTT, W. R.; DAVIS, G. F. Organizations and Organizing: Rational, Natural and Open Systems Perspectives. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2007.
- SELZNICK, P. A liderança na administração. Rio de Janeiro: FGV, 1971.
- SIMON, H.; MARCH, J. Teoria das organizações. Rio de Janeiro: FGV, 1967.
- SILVA, Reinaldo O. Teorias da Administração. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.
- WEBER, M. A ética protestante e o espírito do capitalismo. São Paulo: Companhia das

Letras, 2004.

WEBER, M. A gênese do capitalismo moderno. São Paulo: Ática, 2006.



Documento assinado eletronicamente por **CAROLINA ANDREA GOMEZ WINKLER SUDRE, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 19/12/2025, às 15:20, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador 8489085 e o código CRC **CE1B2C2E**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: IMPLEMENTAÇÃO E CONTROLE ESTRATÉGICOS		Código: SAOB16 - TURMA: MANHÃ
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa	(X) Semestral Modular	() Anual ()
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: *CH

CH Total: 60h							
CH Semanal: 4h							
Prática como Componente Curricular (PCC): 00	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15h total/1h semanal	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
Atividade Curricular de Extensão (ACE): 00							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

O processo de implementação da estratégia. Fatores intervenientes na implementação da estratégia: elementos de nível individual, organizacional e ambiental. Ferramentas de execução, controle e de avaliação do processo estratégico. Implementação estratégica em empresas de diferentes setores, tamanhos e contextos. Temas e ferramentas emergentes no campo da implementação estratégica.

PROGRAMA

- 1. Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica:** Governança, Compliance e gestão de riscos e do conhecimento
- 2. Fatores intervenientes na implementação da estratégia**
 - 2.1. Estruturas, processos e operações
 - 2.2. Recursos, capacidades e competências essenciais
 - 2.3. Mudança e aprendizagem
 - 2.4. Liderança, cultura, poder e ética
 - 2.5. Empreendedorismo estratégico
- 3. Controle estratégico e indicadores de desempenho**
- 4. Implementação da estratégia no nível de negócio:** Liderança em custo, Diferenciação e Híbrido de liderança em custo e diferenciação
- 5. Implementação da estratégia no nível corporativo:** Integração, Diversificação, Aliança estratégica e Fusão e aquisição

OBJETIVO GERAL

Compreender e aplicar os principais conceitos, ferramentas e práticas relacionadas à implementação da estratégia organizacional, considerando os fatores internos e externos que influenciam esse processo, bem como os mecanismos de controle e avaliação de desempenho estratégico.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Analisar os processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica, com ênfase em governança, compliance, gestão de riscos e gestão do conhecimento.
- Identificar e avaliar os fatores intervenientes na implementação da estratégia, como estruturas organizacionais, recursos e competências, cultura, liderança, ética e empreendedorismo estratégico.
- Compreender os mecanismos de controle estratégico, incluindo a definição e uso de indicadores de desempenho, ferramentas de avaliação e controle do desempenho estratégico.
- Investigar as estratégias de implementação no nível de negócio, como liderança em custo, diferenciação e híbrida.
- Investigar as estratégias de implementação no nível corporativo, incluindo integração, diversificação, alianças estratégicas, fusões e aquisições.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina *Implementação Estratégica* está organizada em 15 semanas de aulas regulares, totalizando 60 horas, sendo 45 horas presenciais e 15 horas de atividades orientadas. A metodologia adotada visa promover uma aprendizagem ativa, reflexiva e aplicada, por meio da combinação de exposições dialogadas, aulas invertidas, quizzes, resumos, estudos de caso e simulações.

A cada semana, os estudantes são convidados a explorar os conteúdos por meio de leituras e materiais disponibilizados previamente na plataforma virtual da UFPR (*Teams* da disciplina e *Minha Biblioteca*), permitindo que o tempo em sala de aula seja dedicado à discussão crítica, resolução de problemas e aplicação prática dos conceitos.

As principais estratégias metodológicas incluem:

- **Aulas expositivas dialogadas:** utilizadas para introdução e aprofundamento de temas centrais, com incentivo à participação ativa dos estudantes.
- **Aula invertida:** os alunos realizam leituras e atividades preparatórias antes dos encontros, promovendo engajamento e aproveitamento das discussões em sala.
- **Quizzes e Resumos Reflexivos semanais:** aplicados como instrumentos de avaliação formativa, reforçando a fixação dos conteúdos e incentivando o estudo contínuo.
- **Estudos de caso:** desenvolvidos em grupo, com foco na implementação estratégica em diferentes níveis organizacionais.
- **Júri simulado:** utilizado como recurso didático para estimular o pensamento crítico, a argumentação e a tomada de decisão em contextos estratégicos.
- **Atividades orientadas:** realizadas fora do ambiente presencial, com acompanhamento do professor, voltadas à consolidação dos conteúdos e à preparação para as avaliações.

Ao longo da disciplina, a comunicação entre professor e alunos ocorrerá preferencialmente por meio da plataforma *Teams* e do e-mail institucional. Se houver indisponibilidade desses meios, favor entrar em contato pelo WhatsApp (41)99179-2309.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Ao longo do semestre, os estudantes serão avaliados por meio de diversas atividades que combinam trabalhos em grupo, avaliações individuais e provas. O objetivo é promover uma aprendizagem contínua e diversificada, estimulando tanto o trabalho colaborativo quanto o desempenho individual.

As avaliações serão disponibilizadas e atribuídas no *Teams* da disciplina e estão distribuídas da seguinte forma:

- Aulas invertidas (presencial): 3 atividades, totalizando 6 pontos.
- Quizzes (orientada e individual): 7 atividades, totalizando 7 pontos.
- Resenhas reflexivas (presencial e individual): 13 atividades, totalizando 13 pontos.
- Estudos de caso (orientada em grupo): 4 estudos, totalizando 20 pontos.
- Júri simulado (presencial em grupo): 1 atividade, valendo 1 ponto.

- Apresentações sobre controle estratégico (presencial em grupo): 1 atividade, valendo 3 pontos.
- Provas individuais e sem consulta: 2 provas, cada uma com peso de 25 pontos, totalizando 50 pontos.

As atividades avaliativas aplicadas na Semana 01 até a Semana 15 contabilizam o total de 100 pontos. Caso o aluno não entregue a atividade no prazo estabelecido, poderá entregar a atividade fora do prazo valendo 50% da nota atribuída inicialmente. Caso o aluno falte a Prova 01 ou a Prova 02, poderá solicitar a segunda chamada conforme o regimento vigente. Para ser aprovado, é necessário ter no mínimo 75% de presença na disciplina e no mínimo 70 pontos na soma de todas as atividades atribuídas ao longo da disciplina. Para quem não atingiu a nota mínima, mas ficou com uma média de 40 pontos ou mais e possui o mínimo de presença, terá direito a fazer uma prova de exame conforme estabelecido pelo Regimento Geral da UFPR.

DATA	TIPO	Pontos
27/02/2026 Semana 01	Quiz 01 (atividade presencial e individual)	1
27/02/2026 Semana 01	Resenha reflexiva 01 (atividade presencial e individual)	1
06/03/2026 Semana 02	Resenha reflexiva 02 (atividade presencial e individual)	1
06/03/2026 Semana 02	Aula invertida 01 (atividade presencial e individual)	2
06/03/2026 Semana 02	Quiz 02 (atividade orientada e individual)	1
13/03/2026 Semana 03	Resenha reflexiva 03 (atividade presencial e individual)	1
13/03/2026 Semana 03	Aula invertida 02 (atividade presencial e individual)	2
13/03/2026 Semana 03	Quiz 03 (atividade orientada e individual)	1
20/03/2026 Semana 04	Resenha reflexiva 04 (atividade presencial e individual)	1
20/03/2026 Semana 04	Aula invertida 03 (atividade presencial e individual)	2
20/03/2026 Semana 04	Quiz 04 (atividade orientada e individual)	1

27/03/2026 Semana 05	Resenha reflexiva 05 (atividade presencial e individual)	1
27/03/2026 Semana 05	Quiz 05 (atividade orientada e individual)	1
10/04/2026 Semana 06	Resenha reflexiva 06 (atividade presencial e individual)	1
10/04/2026 Semana 06	Júri simulado (atividade presencial em grupo)	1
10/04/2026 Semana 06	Quiz 06 (atividade orientada e individual)	1
17/04/2026 Semana 07	Resenha reflexiva 07 (atividade presencial e individual)	1
17/04/2026 Semana 07	Quiz 07 (atividade orientada e individual)	1
24/04/2026 Semana 08	Resenha reflexiva 08 (atividade presencial e individual)	1
24/04/2026 Semana 08	Apresentações sobre controles estratégicos (atividade presencial em grupo)	3
08/05/2026 Semana 09	Resenha reflexiva 09 (atividade presencial e individual)	1
15/05/2026 Semana 10	Prova 01 (atividade presencial, individual e sem consulta)	25
22/05/2026 Semana 11	Resenha reflexiva 10 (atividade presencial e individual)	1
22/05/2026 Semana 11	Estudo de Caso 01 (atividade orientada em grupo)	5
29/05/2026 Semana 12	Resenha reflexiva 11 (atividade presencial e individual)	1
29/05/2026 Semana 12	Estudo de Caso 02 (atividade orientada em grupo)	5
05/06/2026 Semana 13	Resenha reflexiva 12 (atividade presencial e individual)	1
05/06/2026 Semana 13	Estudo de Caso 03 (atividade orientada em grupo)	5

12/06/2026 Semana 14	Resenha reflexiva 13 (atividade presencial e individual)	1
12/06/2026 Semana 14	Estudo de Caso 04 (atividade orientada em grupo)	5
19/06/2026 Semana 15		
03/07/2026	Exame BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)	25

LUZIO, Fernando. **Fazendo a Estratégia Acontecer**: Como Criar e Implementar as Iniciativas da Organização, 2^a ed. Ampliada. Cengage Learning Brasil, 2010. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126057/>

VASCONCELOS, Flávio Carvalho D. **Dinâmica Organizacional e Estratégia** - Imagens e Conceitos. Cengage Learning Brasil, 2013. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522114818/>

HITT, Michael A.; IRELAND, R D.; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica** – Competitividade e globalização – Conceitos: Tradução da 12^a edição norte-americana. Cengage Learning Brasil, 2019. (Capítulos 10, 11, 12). Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522127986/>

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BOSSIDY, Larry; CHARAN, Ram. **Execução** - a disciplina para atingir resultados. Editora Alta Books, 2019. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550812861/>

DESS, Gregory G.; LUMPKIN, G. T.; EISNER, Alan B.; MCNAMARA, Gerry. **Administração estratégica**: criando vantagens competitivas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

GAMBLE, John E.; JR., Arthur A T. **Fundamentos da Administração Estratégica**. Grupo A, 2013. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550894/>

JOHNSON, Gerry; SCHOLES, Kevan; WHITTINGTON, Richard. **Fundamentos de Estratégia**. Grupo A, 2011. (Capítulos 9, 10). Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808007/>

KUAZQUI, Edmir. **Planejamento Estratégico**. Cengage Learning Brasil, 2015. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522122523/>

MINTZBERG, Henry. **Managing**: desvendando o dia a dia da gestão. Grupo A, 2010. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603116/>

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James B.; et al. **O processo da estratégia**. Disponível em: Grupo A, 2009. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577800605/>

CALENDÁRIO DIDÁTICO

CRONOGRAMA DETALHADO DAS AULAS		
DATA	TEMA DA AULA	METODOLOGIA
27/02/2026 Semana 01	(i) Plano da disciplina; e (ii) “ <i>Processo Estratégico</i> ”	Exposição e aprovação do plano; exposição e debate sobre o tema de aula II; Atividade presencial: (i) Quiz 01 e (ii) Resenha reflexiva 01; Atividade orientada: preparação para aula invertida.
06/03/2026 Semana 02	(i) “ <i>Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica: governança</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Aula invertida 01 e (ii) Resenha reflexiva 02; Atividade orientada: Quiz 02 e preparação para aula invertida.
13/03/2026 Semana 03	(i) “ <i>Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica: compliance e gestão do conhecimento e dos riscos do negócio</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Aula invertida 02 e (ii) Resenha reflexiva 03; Atividade orientada: Quiz 03 e preparação para aula invertida.
20/03/2026 Semana 04	(i) “ <i>Fatores intervenientes na implementação da estratégia: estruturas e processos organizacionais</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Aula invertida 03 e (ii) Resenha reflexiva 04; Atividade orientada: Quiz 04.
27/03/2026 Semana 05	(i) “ <i>Fatores intervenientes na implementação da estratégia: recursos, capacidades e competências essenciais</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 05; Atividade orientada: Quiz 05.
10/04/2026 Semana 06	(i) “ <i>Fatores intervenientes na implementação da estratégia: liderança estratégica</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Júri simulado sobre cultura organizacional e (ii) Resenha reflexiva 06; Atividade orientada: Quiz 06.

17/04/2026 Semana 07	(i) <i>“Fatores intervenientes na implementação da estratégia: empreendedorismo estratégico”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 07; Atividade orientada: Quiz 07 e formação de grupos e preparação para as apresentações sobre controles estratégicos e indicadores de desempenho.
24/04/2026 Semana 08	(i) <i>“Controles estratégicos e indicadores de desempenho”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Apresentações (Parte 01) e (ii) Resenha reflexiva 08; Atividade orientada: preparação para as apresentações sobre controles estratégicos e indicadores de desempenho.
08/05/2026 Semana 09	(i) <i>“Controles estratégicos e indicadores de desempenho”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Apresentações (Parte 02) e (ii) Resenha reflexiva 09; Atividade orientada: Quiz de Revisão
15/05/2026 Semana 10	Prova 01	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta.
22/05/2026 Semana 11	(i) <i>“Implementação da estratégia no nível de negócio: liderança em custo”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 10; Atividade orientada: Estudo de Caso 01.
29/05/2026 Semana 12	(i) <i>“Implementação da estratégia no nível de negócio: a diferenciação e o híbrido de liderança em custo e diferenciação”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 11; Atividade orientada: Estudo de Caso 02.
05/06/2026 Semana 13	(i) <i>“Implementação da estratégia no nível corporativo: integração e diversificação”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 12; Atividade orientada: Estudo de Caso 03.

12/06/2026 Semana 14	(i) “ <i>Implementação da estratégia no nível corporativo: aliança, fusão e aquisição</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 13; Atividade orientada: Estudo de Caso 04 e Quiz de Revisão.
19/06/2026 Semana 15	Prova 02	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta.
26/06/2026 Semana 16	Entrega das atividades de estudo de caso	Fim do prazo para a entrega da atividade orientada.
03/07/2026	Exame	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta.



Documento assinado eletronicamente por **SAMMUEL FELIPE CHAGAS DE SOUZA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 22/12/2025, às 15:44, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8492305** e o código CRC **E48904B6**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS

Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: IMPLEMENTAÇÃO E CONTROLE ESTRATÉGICOS		Código: SAOB16 - TURMA: NOITE
Natureza: (X) Obrigatória () Optativa	(X) Semestral Modular	() Anual ()
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum	Modalidade: (X) Totalmente Presencial () Totalmente EAD () Parcialmente EAD: *CH

CH Total: 60h							
CH Semanal: 4h							
Prática como Componente Curricular (PCC): 00	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	Laboratório (LB): 00	Campo (CP): 00	Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15h total/1h semanal	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
Atividade Curricular de Extensão (ACE): 00							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

O processo de implementação da estratégia. Fatores intervenientes na implementação da estratégia: elementos de nível individual, organizacional e ambiental. Ferramentas de execução, controle e de avaliação do processo estratégico. Implementação estratégica em empresas de diferentes setores, tamanhos e contextos. Temas e ferramentas emergentes no campo da implementação estratégica.

PROGRAMA

- 1. Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica:** Governança, Compliance e gestão de riscos e do conhecimento
- 2. Fatores intervenientes na implementação da estratégia**
 - 2.1. Estruturas, processos e operações
 - 2.2. Recursos, capacidades e competências essenciais
 - 2.3. Mudança e aprendizagem
 - 2.4. Liderança, cultura, poder e ética
 - 2.5. Empreendedorismo estratégico
- 3. Controle estratégico e indicadores de desempenho**
- 4. Implementação da estratégia no nível de negócio:** Liderança em custo, Diferenciação e Híbrido de liderança em custo e diferenciação
- 5. Implementação da estratégia no nível corporativo:** Integração, Diversificação, Aliança estratégica e Fusão e aquisição.

OBJETIVO GERAL

Compreender e aplicar os principais conceitos, ferramentas e práticas relacionadas à implementação da estratégia organizacional, considerando os fatores internos e externos que influenciam esse processo, bem como os mecanismos de controle e avaliação de desempenho estratégico.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Analisar os processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica, com ênfase em governança, compliance, gestão de riscos e gestão do conhecimento.
- Identificar e avaliar os fatores intervenientes na implementação da estratégia, como estruturas organizacionais, recursos e competências, cultura, liderança, ética e empreendedorismo estratégico.
- Compreender os mecanismos de controle estratégico, incluindo a definição e uso de indicadores de desempenho, ferramentas de avaliação e controle do desempenho estratégico.
- Investigar as estratégias de implementação no nível de negócio, como liderança em custo, diferenciação e híbrida.
- Investigar as estratégias de implementação no nível corporativo, incluindo integração, diversificação, alianças estratégicas, fusões e aquisições.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina *Implementação Estratégica* está organizada em 15 semanas de aulas regulares, totalizando 60 horas, sendo 45 horas presenciais e 15 horas de atividades orientadas. A metodologia adotada visa promover uma aprendizagem ativa, reflexiva e aplicada, por meio da combinação de exposições dialogadas, aulas invertidas, quizzes, resumos, estudos de caso e simulações.

A cada semana, os estudantes são convidados a explorar os conteúdos por meio de leituras e materiais disponibilizados previamente na plataforma virtual da UFPR (*Teams* da disciplina e *Minha Biblioteca*), permitindo que o tempo em sala de aula seja dedicado à discussão crítica, resolução de problemas e aplicação prática dos conceitos.

As principais estratégias metodológicas incluem:

- **Aulas expositivas dialogadas:** utilizadas para introdução e aprofundamento de temas centrais, com incentivo à participação ativa dos estudantes.
- **Aula invertida:** os alunos realizam leituras e atividades preparatórias antes dos encontros, promovendo engajamento e aproveitamento das discussões em sala.
- **Quizzes e Resumos Reflexivos semanais:** aplicados como instrumentos de avaliação formativa, reforçando a fixação dos conteúdos e incentivando o estudo contínuo.
- **Estudos de caso:** desenvolvidos em grupo, com foco na implementação estratégica em diferentes níveis organizacionais.
- **Júri simulado:** utilizado como recurso didático para estimular o pensamento crítico, a argumentação e a tomada de decisão em contextos estratégicos.
- **Atividades orientadas:** realizadas fora do ambiente presencial, com acompanhamento do professor, voltadas à consolidação dos conteúdos e à preparação para as avaliações.

Ao longo da disciplina, a comunicação entre professor e alunos ocorrerá preferencialmente por meio da plataforma *Teams* e do e-mail institucional. Se houver indisponibilidade desses meios, favor entrar em contato pelo WhatsApp (41)99179-2309.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Ao longo do semestre, os estudantes serão avaliados por meio de diversas atividades que combinam trabalhos em grupo, avaliações individuais e provas. O objetivo é promover uma aprendizagem contínua e diversificada, estimulando tanto o trabalho colaborativo quanto o desempenho individual.

As avaliações serão disponibilizadas e atribuídas no *Teams* da disciplina e estão distribuídas da seguinte forma:

- Aulas invertidas (presencial): 3 atividades, totalizando 6 pontos.
- Quizzes (orientada e individual): 7 atividades, totalizando 7 pontos.
- Resenhas reflexivas (presencial e individual): 13 atividades, totalizando 13 pontos.
- Estudos de caso (orientada em grupo): 4 estudos, totalizando 20 pontos.

- Júri simulado (presencial em grupo): 1 atividade, valendo 1 ponto.
- Apresentações sobre controle estratégico (presencial em grupo): 1 atividade, valendo 3 pontos.
- Provas individuais e sem consulta: 2 provas, cada uma com peso de 25 pontos, totalizando 50 pontos.

As atividades avaliativas aplicadas na Semana 01 até a Semana 15 contabilizam o total de 100 pontos. Caso o aluno não entregue a atividade no prazo estabelecido, poderá entregar a atividade fora do prazo valendo 50% da nota atribuída inicialmente. Caso o aluno falte a Prova 01 ou a Prova 02, poderá solicitar a segunda chamada conforme o regimento vigente. Para ser aprovado, é necessário ter no mínimo 75% de presença na disciplina e no mínimo 70 pontos na soma de todas as atividades atribuídas ao longo da disciplina. Para quem não atingiu a nota mínima, mas ficou com uma média de 40 pontos ou mais e possui o mínimo de presença, terá direito a fazer uma prova de exame conforme estabelecido pelo Regimento Geral da UFPR.

DATA	TIPO	Pontos
27/02/2026 Semana 01	Quiz 01 (atividade presencial e individual)	1
27/02/2026 Semana 01	Resenha reflexiva 01 (atividade presencial e individual)	1
06/03/2026 Semana 02	Resenha reflexiva 02 (atividade presencial e individual)	1
06/03/2026 Semana 02	Aula invertida 01 (atividade presencial e individual)	2
06/03/2026 Semana 02	Quiz 02 (atividade orientada e individual)	1
13/03/2026 Semana 03	Resenha reflexiva 03 (atividade presencial e individual)	1
13/03/2026 Semana 03	Aula invertida 02 (atividade presencial e individual)	2
13/03/2026 Semana 03	Quiz 03 (atividade orientada e individual)	1
20/03/2026 Semana 04	Resenha reflexiva 04 (atividade presencial e individual)	1
20/03/2026 Semana 04	Aula invertida 03 (atividade presencial e individual)	2
20/03/2026 Semana 04	Quiz 04 (atividade orientada e individual)	1

27/03/2026 Semana 05	Resenha reflexiva 05 (atividade presencial e individual)	1
27/03/2026 Semana 05	Quiz 05 (atividade orientada e individual)	1
10/04/2026 Semana 06	Resenha reflexiva 06 (atividade presencial e individual)	1
10/04/2026 Semana 06	Júri simulado (atividade presencial em grupo)	1
10/04/2026 Semana 06	Quiz 06 (atividade orientada e individual)	1
17/04/2026 Semana 07	Resenha reflexiva 07 (atividade presencial e individual)	1
17/04/2026 Semana 07	Quiz 07 (atividade orientada e individual)	1
24/04/2026 Semana 08	Resenha reflexiva 08 (atividade presencial e individual)	1
24/04/2026 Semana 08	Apresentações sobre controles estratégicos (atividade presencial em grupo)	3
08/05/2026 Semana 09	Resenha reflexiva 09 (atividade presencial e individual)	1
15/05/2026 Semana 10	Prova 01 (atividade presencial, individual e sem consulta)	25
22/05/2026 Semana 11	Resenha reflexiva 10 (atividade presencial e individual)	1
22/05/2026 Semana 11	Estudo de Caso 01 (atividade orientada em grupo)	5
29/05/2026 Semana 12	Resenha reflexiva 11 (atividade presencial e individual)	1
29/05/2026 Semana 12	Estudo de Caso 02 (atividade orientada em grupo)	5
05/06/2026 Semana 13	Resenha reflexiva 12 (atividade presencial e individual)	1
05/06/2026 Semana 13	Estudo de Caso 03 (atividade orientada em grupo)	5

12/06/2026 Semana 14	Resenha reflexiva 13 (atividade presencial e individual)	1
12/06/2026 Semana 14	Estudo de Caso 04 (atividade orientada em grupo)	5
19/06/2026 Semana 15	Prova 02 (atividade presencial, individual e sem consulta)	25
03/07/2026	Exame	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

LUZIO, Fernando. **Fazendo a Estratégia Acontecer**: Como Criar e Implementar as Iniciativas da Organização, 2^a ed. Ampliada. Cengage Learning Brasil, 2010. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126057/>

VASCONCELOS, Flávio Carvalho D. **Dinâmica Organizacional e Estratégia - Imagens e Conceitos**. Cengage Learning Brasil, 2013. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522114818/>

HITT, Michael A.; IRELAND, R D.; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica – Competitividade e globalização – Conceitos**: Tradução da 12^a edição norte-americana. Cengage Learning Brasil, 2019. (Capítulos 10, 11, 12). Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522127986/>

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BOSSIDY, Larry; CHARAN, Ram. **Execução** - a disciplina para atingir resultados. Editora Alta Books, 2019. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550812861/>

DESS, Gregory G.; LUMPKIN, G. T.; EISNER, Alan B.; MCNAMARA, Gerry. **Administração estratégica**: criando vantagens competitivas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

GAMBLE, John E.; JR., Arthur A T. **Fundamentos da Administração Estratégica**. Grupo A, 2013. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550894/>

JOHNSON, Gerry; SCHOLES, Kevan; WHITTINGTON, Richard. **Fundamentos de Estratégia**. Grupo A, 2011. (Capítulos 9, 10). Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808007/>

KUAZQUI, Edmir. **Planejamento Estratégico**. Cengage Learning Brasil, 2015. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522122523/>

MINTZBERG, Henry. **Managing**: desvendando o dia a dia da gestão. Grupo A, 2010. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603116/>

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James B.; et al. **O processo da estratégia**.

THURMAN, Paul W.; FERENCE, Thomas P. **Estratégia** - Série Fundamentos. Editora Saraiva, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502180062/>

CALENDÁRIO DIDÁTICO

CRONOGRAMA DETALHADO DAS AULAS		
DATA	TEMA DA AULA	METODOLOGIA
27/02/2026 Semana 01	(i) Plano da disciplina; e (ii) “ <i>Processo Estratégico</i> ”	Exposição e aprovação do plano; exposição e debate sobre o tema de aula II; Atividade presencial: (i) Quiz 01 e (ii) Resenha reflexiva 01; Atividade orientada: preparação para aula invertida.
06/03/2026 Semana 02	(i) “ <i>Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica: governança</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Aula invertida 01 e (ii) Resenha reflexiva 02; Atividade orientada: Quiz 02 e preparação para aula invertida.
13/03/2026 Semana 03	(i) “ <i>Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica: compliance e gestão do conhecimento e dos riscos do negócio</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Aula invertida 02 e (ii) Resenha reflexiva 03; Atividade orientada: Quiz 03 e preparação para aula invertida.
20/03/2026 Semana 04	(i) “ <i>Fatores intervenientes na implementação da estratégia: estruturas e processos organizacionais</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Aula invertida 03 e (ii) Resenha reflexiva 04; Atividade orientada: Quiz 04.
27/03/2026 Semana 05	(i) “ <i>Fatores intervenientes na implementação da estratégia: recursos, capacidades e competências essenciais</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 05; Atividade orientada: Quiz 05.
10/04/2026 Semana 06	(i) “ <i>Fatores intervenientes na implementação da estratégia: liderança estratégica</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Júri simulado sobre cultura organizacional e (ii) Resenha reflexiva 06; Atividade orientada: Quiz 06.

17/04/2026 Semana 07	(i) <i>“Fatores intervenientes na implementação da estratégia: empreendedorismo estratégico”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 07; Atividade orientada: Quiz 07 e formação de grupos e preparação para as apresentações sobre controles estratégicos e indicadores de desempenho.
24/04/2026 Semana 08	(i) <i>“Controles estratégicos e indicadores de desempenho”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Apresentações (Parte 01) e (ii) Resenha reflexiva 08; Atividade orientada: preparação para as apresentações sobre controles estratégicos e indicadores de desempenho.
08/05/2026 Semana 09	(i) <i>“Controles estratégicos e indicadores de desempenho”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: (i) Apresentações (Parte 02) e (ii) Resenha reflexiva 09; Atividade orientada: Quiz de Revisão
15/05/2026 Semana 10	Prova 01	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta.
22/05/2026 Semana 11	(i) <i>“Implementação da estratégia no nível de negócio: liderança em custo”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 10; Atividade orientada: Estudo de Caso 01.
29/05/2026 Semana 12	(i) <i>“Implementação da estratégia no nível de negócio: a diferenciação e o híbrido de liderança em custo e diferenciação”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 11; Atividade orientada: Estudo de Caso 02.
05/06/2026 Semana 13	(i) <i>“Implementação da estratégia no nível corporativo: integração e diversificação”</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 12; Atividade orientada: Estudo de Caso 03.

12/06/2026 Semana 14	(i) “ <i>Implementação da estratégia no nível corporativo: aliança, fusão e aquisição</i> ”	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 13; Atividade orientada: Estudo de Caso 04 e Quiz de Revisão.
19/06/2026 Semana 15	Prova 02	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta.
26/06/2026 Semana 16	Entrega das atividades de estudo de caso	Fim do prazo para a entrega da atividade orientada.
03/07/2026	Exame	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta.



Documento assinado eletronicamente por **SAMMUEL FELIPE CHAGAS DE SOUZA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 22/12/2025, às 15:56, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador 8492397 e o código CRC F9A80547.



Ficha 2 (variável)

Disciplina: CONCEITOS E APLICAÇÕES EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA		Código: SAOP08	
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa		<input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular	
Pré-requisito: não tem		Co-requisito: não tem	Modalidade: <input type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH
CH Total: 60 h CH Semanal: Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB):	Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): 15h / 1h semanal Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)			
*indicar a carga horária que será à distância.			
EMENTA Conceitos básicos e abordagens teóricas em administração pública. Gestão Pública, desenvolvimento local e desenvolvimento sustentável. Planejamento, gestão e controle nos ambientes da administração pública. Indicadores na administração pública. Administração pública e envolvimento de outros atores. Estudo de casos.			
PROGRAMA 1. Administração Pública 2. Gestão pública e o desenvolvimento local O desafio da gestão pública ambiental, social e econômica 3. Políticas Públicas e Gestão estratégica: ambiente, competitividade e efetividade organizacional. 4. Administração pública e envolvimento de outros atores. 5. Do projeto à realidade: estudo de casos e temas contemporâneos			

OBJETIVO GERAL

Adquirir conhecimentos aplicados sobre os campos dos estudos organizacionais em ambientes da administração pública.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Conhecer as perspectivas e limitações teóricas e aplicadas da área.

Interpretar as diferentes concepções e fatores organizacionais em ambientes da administração pública.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A metodologia de ensino é composta por aulas expositivas e dialogadas, atividades individuais e atividades em equipe. Os estudantes devem estar preparados antecipadamente para a participação nas aulas com a leitura prévia indicada neste programa de disciplina. Utiliza-se também de outras técnicas como seminários, painéis, debates, ilustração com vídeos e outras necessárias, conforme o andamento das aulas e participação da turma.

Os recursos são compostos pela infraestrutura de sala de aula, textos obrigatórios e complementares e vídeos de apoio computador e projetor multimídia para as apresentações das aulas.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação é composta por atividades individuais e em equipe (realizadas em sala e extra-classe / atividades orientadas).

Sistema de avaliação é processual e contínuo composto de diversas atividades a serem desenvolvidas pelo estudante. O sistema de avaliação da disciplina é composto de:

Tipo de Avaliação	Pontuação
PRIMEIRO BIMESTRE	
Atividades individuais e em equipe	45%
Prova	50%
Participação Positiva	5%
SEGUNDO BIMESTRE	
Documentário	95%
Participação Positiva	5%

A Participação Positiva será avaliada de forma individual e compõe os seguintes aspectos:

- a) Contribuição do ALUNO nas aulas:
 - ü Respostas a questionamentos verbais direcionados;
 - ü Produção escrita;
 - ü Exemplos pertinentes;
 - ü Resolução de exercícios;
 - ü Contribuição com materiais pertinentes: Artigos; Reportagens; Livros; Textos; Experiências e Vídeos
- b) Aspectos comportamentais
 - ü Cooperação com a PROFESSORA/ Instituição;
 - ü Cooperação com os colegas;
 - ü Respeito em Sala;
 - ü Manutenção do Silencio quando necessário;
 - ü Participação quando solicitada;
 - ü Iniciativa;
 - ü Entusiasmo e Motivação;
 - ü Frequência nas aulas (presença).

A média semestral do aluno será a soma da nota do primeiro e do segundo bimestres dividida por dois. Se a nota for igual ou superior a 70 o aluno estará aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer a Prova Final.

IMPORTANTE: a aprovação é condicionada, ainda, a uma frequência igual ou superior a 75% (frequência mínima exigida pela legislação da UFPR).

SISTEMA DE CONDUÇÃO DAS AULAS

- As chamadas podem ser efetuadas a qualquer momento em sala de aula.
- É de responsabilidade do aluno responder às chamadas. Se o ruído da sala prejudicar poderá ser imputada falta.
- A tolerância para atraso dos estudantes é de 10 minutos, depois disso, o estudante que não se encontrar em sala de aula terá registrada a falta no diário de classe.
- O limite de faltas é de 25% da carga horária total da disciplina. Os estudantes devem manter controle próprio não sendo de responsabilidade do professor alertar sobre a quantidade de faltas dos estudantes.
- Celulares não são permitidos em sala de aula.
- Tocadores de música e/ou vídeo não são permitidos em sala de aula.
- O estudante deve manter um sistema de anotações próprio, nem todos os materiais serão disponibilizados pelo professor.
- Os trabalhos devem ser entregues tempestivamente. Trabalhos em atraso terão a nota reduzida diariamente.
- Não haverá segunda chamada de prova, salvo nos casos previstos pela lei. Os dias de prova estão marcados e cabe ao estudante providenciar as condições de comparecer aos compromissos acadêmicos.
- As atividades avaliativas (exceto pelas provas que estão previamente marcadas) podem ser realizadas em qualquer momento da aula, não cabendo qualquer tipo de reposição ou substituição.
- A programação da disciplina pode sofrer pequenas alterações em função do interesse da turma e mudanças no calendário acadêmico da UFPR.

REGRAS DE CONVIVÊNCIA

- Manter o respeito e a postura em sala de aula.
- O silêncio é essencial durante o período de exposição do conteúdo; os momentos de participação serão solicitados pela professora.
- Desligar aparelhos celulares, tablets e computadores durante a aula.
- Evitar entrar e sair da sala após iniciada a aula.
- A entrega de atividades extra-classe deve ocorrer no momento em que for solicitada pela professora.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

CARDOSO JÚNIOR, José Celso. PIRES, Roberto Rocha C. (orgs.) **Gestão pública e desenvolvimento**. Brasília: Ipea, 2011. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/3201/1/livro_gest%C3%A3op%C3%bAblicaedesenvolvimento-v6.pdf

DIAS, Reinaldo. **Gestão pública: aspectos atuais e perspectivas para atualização**. Rio de Janeiro: Atlas, 2017. Disponível em: <https://integrada.mnhbiblioteca.com.br/reader/books/9788597013382/epubcfi/6/2%3Bvnd.vst.idref%3Dbody001J4>

SANABIO, M. T.; SANTOS, G. J; DAVID, M. V. (Orgs.). **Administração Pública Contemporânea**: política, democracia e gestão. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2013. Disponível em: https://www.ufjf.br/virgilio_oliveira/files/2014/10/Texto-s%C3%a3op%C3%bAblica-2013.pdf

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

ALBARELLO, Cristiane Botezini. O papel do administrador na gestão pública. Revista de Administração. v. 5, n. 9, p.49-71, 2006. Disponível em: <http://revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/view/878>

BARROS, A. A.; CASTRO, C. H. S. Gestão social e gestão pública no desenvolvimento local. In: Cadernos do Desenvolvimento. v. 8, n. 12. p. 147-162. jan.-jun. 2013. Disponível em: <http://www.cadernosdodesenvolvimento.org.br/ojs-2.4.8/index.php/cdes/article/view/163>

- BERGUE, S. T. Gestão de pessoas: liderança e competências para o setor público. Brasília: Enap, 2019. Disponível em: https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/4283/1/7_Livro_Gest%C3%A3o%20de%20pessoas%20lideran%C3%A7a%20e%20compet%C3%A3o%20para%20o%20setor%20p%C3%A3o%20ab%C3%ADco.pdf
- CERQUEIRA, J. B. S., GOMES, A. F., PINHEIRO, J. P. S. Gestão Pública e Desenvolvimento Local: As contribuições dos Observatórios Sociais Municipais (OSM) da Bahia. In: Revista Textura. v.14, n.1, 2020. Disponível em: <https://textura.famam.com.br/textura/article/view/444/313>.
- COUTINHO, M. J. V. Administração Pública voltada para o cidadão: quadro teórico-conceitual. In: Revista do Serviço Público. Ano 51, Número 3, Jul-Set 2000. Disponível em: <https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/331/337>
- DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Parcerias na administração pública**: concessão, permissão, franquia, terceirização, parceria público-privada. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788530986599/epubcfi/6/2%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml0!\]/4/2%4051:88](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788530986599/epubcfi/6/2%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml0!]/4/2%4051:88)
- GOLDSMITH, S.; EGGLERS, W. D. **Governar em rede**: o novo formato do setor público. Brasília: ENAP, 2006.
- JUNQUEIRO, G. S. Teorias da administração pública. Florianópolis : Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília] : CAPES : UAB, 2010. Disponível em: http://www.ead.uepb.edu.br/arquivos/Livros_UEPB_053_2012/01-teorias%20da%20administra%C3%A7%C3%A3o%20publica/livro%20grafica%20TGApublica.pdf
- LIMA, L. L., D'ASCENZI, L. Políticas públicas, gestão urbana e desenvolvimento local. Porto Alegre: Metamorfose, 2018. Disponível em: http://www1.tce.rs.gov.br/portal/page/portal/tcers/institucional/esgc/biblioteca_eletronica/livros/Pol%EDticas%20P%C3%A9%20Ablicas%20-%20Gest%20Urb%20e%20Desenv%20Local.pdf
- MALMEGRIN, M. L. **Redes públicas de cooperação local**. 3. ed. Florianópolis : Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília]: CAPES : UAB, 2014. Disponível em: <https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/145419/1/PNAP%20-%20Modulo%20Especifico%20-%20GPM%20-%20Redes%20Publicas%20de%20Cooperacao%20Local.pdf>
- SARAVIA, E. J. **Administração Pública e Administração de Empresas**: Quem Inspira a Quem? In: Revista ADM.MADE, ano 10, v.14, n.3 p.1-8, outubro/dezembro, 2010. Disponível em: <http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/admmade/article/viewFile/100/103>.
- SECCHI, L.; COELHO, F. S.; PIRES, V. Políticas Públicas: Conceitos, Casos Práticos , Questões de Concursos. 3 ed. São Paulo: Cengage, 2022

Aula	Datas	Conteúdo, Metodologia e atividades	
		2ª feira	
01	23/02	Apresentação do Plano de Ensino e da Disciplina Administração Pública	A) Apresentação da disciplina e contrato pedagógico B) Apresentação do tema com aula expositiva e dialogada C) Atividade em grupos
02	02/03	Gestão pública e o desenvolvimento local. O desafio da gestão pública ambiental, social e econômica	A) Apresentação do tema com aula expositiva e dialogada B) Atividade em grupos
03	09/03	Políticas Públicas e Gestão estratégica: ambiente, competitividade e efetividade organizacional.	A) Apresentação da atividade em grupos B) Apresentação do tema com aula expositiva e dialogada C) Apresentação da resolução de Roteiro de Estudo extra-classe
04	16/03	O papel dos gestores, das lideranças e a participação da comunidade.	A) Apresentação do tema com aula expositiva e dialogada B) Apresentação da resolução de Roteiro de Estudo extra-classe C) Atividades em grupos
05	23/03	Do projeto à realidade: estudo de casos e temas contemporâneos O caso de Treze Tílias O caso do Caminho do Vinho	A) Apresentação do tema com aula expositiva e dialogada B) Apresentação da resolução de Roteiro de Estudo extra-classe C) Atividades em grupos
06	30/03	Atividade do caso do Caminho do Vinho	A) Atividades em grupos
07	06/04	Do projeto à realidade: estudo de casos e temas contemporâneos O caso do Caminho do Vinho Visita Técnica – a confirmar	A) Visita Técnica ao Caminho do Vinho, São José dos Pinhais – PR
08	13/04	Prova	A) Avaliação sem consulta
	20/04	Véspera Feriado	Sem aulas
09	27/04	Estudos Casos: Atendimento aos grupos para Trabalho Final	A) Atendimento aos grupos para preparação do trabalho final sobre projetos e sua realidade
10	04/05	Estudos Casos: Atendimento aos grupos para Trabalho Final	A) Atendimento aos grupos para preparação do trabalho final sobre projetos e sua realidade
11	11/05	Estudos Casos: confecção do documentário e horário para as filmagens e edição do Trabalho Final	A) Realização de entrevistas, filmagens e preparação do trabalho final sobre projetos e sua realidade
12	18/05	Estudos Casos: confecção do documentário e horário para as filmagens e edição do Trabalho Final	A) Realização de entrevistas, filmagens e preparação do trabalho final sobre projetos e sua realidade
13	25/05	Estudos Casos: confecção do documentário e horário para as filmagens e edição do Trabalho Final	A) Realização de entrevistas, filmagens e preparação do trabalho final sobre projetos e sua realidade
14	01/06	Momento Cinema em Classe: Apresentação do Trabalho Final em grupo Prazo Máximo de Entrega do Trabalho Final Postagem da Apresentação do Trabalho Final em grupo na UFPR Virtual (link do youtube)	A) Postagem dos arquivos em word com nome dos integrantes do grupo e de link do Youtube com o vídeo até 23h59 B) Apresentação dos documentários C) Cinema em sala e confraternização
15	08/06	Devolutiva das Notas e Estudos para Exame Final	
	29/06	Exame Final	A) Prova individual e sem consulta



Documento assinado eletronicamente por **IOMARA SCANDELARI LEMOS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 23/12/2025, às 18:24, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8494942** e o código CRC **7FA6BBC4**.



Ficha 2 (variável)

Disciplina: Laboratório Extensionista Implementação e Controle Estratégicos		Código: SAOP59	
Natureza: (<input type="checkbox"/>) Obrigatória (<input checked="" type="checkbox"/>) Optativa		(<input type="checkbox"/>) Semestral (<input type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>) Modular	
Pré-requisito:		Co-requisito: SAOB16 Modalidade: (<input type="checkbox"/>) Totalmente Presencial (<input type="checkbox"/>) Totalmente EAD (<input type="checkbox"/>) Parcialmente EAD: _____ *CH	
CH Total: CH Semanal: Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE): 60h	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Articulação de teoria e prática no campo da gestão em atividades de planejamento, execução e avaliação relacionadas a organizações com a ótica do processo de implementação da estratégia e controle. Análise e reformulação da implementação estratégica, ferramentas de execução, mecanismos de controle e avaliação em empresas de diferentes setores, tamanhos e contextos. Formulação de práticas que atendam às demandas sociais da comunidade externa: interação dialógica; interdisciplinaridade e interprofissionalidade; indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; impacto na formação do estudante; e impacto e transformação social.

PROGRAMA

1. Implementação da estratégia no nível de negócio: Liderança em custo, Diferenciação e Híbrido de liderança em custo e diferenciação
 - 1.1. Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica no nível de negócio
 - 1.2. Fatores intervenientes na implementação estratégica no nível de negócio
 - 1.3. Controles estratégicos e indicadores de desempenho nas estratégias no nível de negócio
2. Implementação da estratégia no nível corporativo: Integração, Diversificação, Aliança estratégica e Fusão e aquisição
 - 2.1. Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica no nível corporativo
 - 2.2. Fatores intervenientes na implementação estratégica no nível corporativo
 - 2.3. Controles estratégicos e indicadores de desempenho nas estratégias no nível corporativo

OBJETIVO GERAL

Aplicar nas organizações os principais conceitos, ferramentas e práticas relacionadas à implementação da estratégia organizacional, considerando os fatores internos e externos que influenciam esse processo, bem como os mecanismos de controle e avaliação de desempenho estratégico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar os processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica, com ênfase em governança, compliance, gestão de riscos e gestão do conhecimento.
- Identificar e avaliar os fatores intervenientes na implementação da estratégia, como estruturas organizacionais, recursos e competências, cultura, liderança, ética e empreendedorismo estratégico.
- Compreender os mecanismos de controle estratégico, incluindo a definição e uso de indicadores de desempenho, ferramentas de avaliação e controle do desempenho estratégico.
- Investigar as estratégias de implementação no nível de negócio, como liderança em custo, diferenciação e híbrida.
- Investigar as estratégias de implementação no nível corporativo, incluindo integração, diversificação, alianças estratégicas, fusões e aquisições.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina *Laboratório Extensionista de Implementação Estratégica* está organizada em 15 semanas, totalizando 60 horas de atividades extensionistas. A metodologia adotada visa promover uma aprendizagem ativa, reflexiva e aplicada, por meio da combinação de: (i) documentações e análises de empresas participantes; (ii) proposições de melhorias ou mudanças; (iii) interações dialógicas com empresários no processo de transferência de tecnologias e de conhecimento sobre as realidades de formulação e de implementação das estratégias organizacionais.

A cada semana, os estudantes são convidados a explorar os conteúdos teóricos abordados na disciplina de implementação estratégica e realizar o exercício das práticas da implementação estratégica por meio de leituras e materiais disponibilizados previamente na plataforma virtual da UFPR (UFPR Virtual, Teams da disciplina e Minha Biblioteca).

As principais estratégias metodológicas incluem:

Busca e seleção de empresas: aplicada para estimular os alunos no processo de relacionamento com o mercado e de identificação de oportunidades.

Justificativa da escolha da empresa: justificativa necessária para avaliação de aderência com a proposta da disciplina.

Documentação e análise dos problemas e das soluções que forem observados : necessário para a avaliação voltada para a proposições de melhorias ou mudanças.

Intervenção: proposição de melhorias ou de mudanças a partir das observações e das análises realizadas.

Orientações: utilizadas para introdução e aprofundamento de temas centrais, com incentivo à participação ativa dos estudantes, corrigindo e direcionando os alunos para conclusão das atividades atribuídas.

Relatórios de atividades: os alunos documentarão suas atividades ao longo da disciplina de modo que seja possível avaliar as suas escolhas e realizações.

Elaboração de vídeos: requisito necessário para a apresentação do resultado decorrente das ações dos alunos junto às empresas participantes (um vídeo por bimestre)

Eventos (organização e participação): estabelecido para tornar o conhecimento coletivo ao mesmo tempo que promove a interação dialógica entre alunos, empresários, universidade e a comunidade.

Ao longo da disciplina, a comunicação entre professor e alunos ocorrerá preferencialmente por meio da plataforma *Teams, UFPR Virtual* e do e-mail institucional.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Ao longo do semestre, os estudantes serão avaliados por meio de entregas realizadas que combinam trabalhos em grupo e avaliações individuais. O objetivo é promover uma aprendizagem contínua e diversificada, estimulando tanto o trabalho colaborativo quanto o desempenho individual.

As avaliações serão disponibilizadas e atribuídas no *Teams* e na *UFPR Virtual* da disciplina e estão distribuídas da seguinte forma:

- Relatórios de atividades (em grupo) contendo justificativa da escolha da empresa (2 pontos), documentação (2 pontos) e análise (6 pontos) e proposta de intervenção (10 pontos): 2 atividades, totalizando 20 pontos.
- Organização de evento (em grupo): 2 atividades, totalizando 20 pontos.
- Participação no evento (individual), participação presencial e entrega de relatório: 2 atividades, totalizando 20 pontos.
- Elaboração de vídeo (em grupo): 2 atividades, totalizando 40 pontos.

Haverá uma atividade de cada tipo por bimestre totalizando 100 pontos para cada bimestre.

A média semestral será atribuída somando as duas médias bimestral e dividindo por 2.

Caso o aluno não entregue a atividade no prazo estabelecido, poderá entregar a atividade fora do prazo valendo 50% da nota atribuída inicialmente.

O **Exame Final** será composto de todas as atividades propostas como avaliação de forma individual exceto a organização e realização do evento, porém em uma organização diferente das escolhidas pelo grupo ao qual o aluno pertence. Terá como prazo máximo de entrega o dia da semana e horário da disciplina, na semana de realização de Exames Finais prevista no calendário acadêmico. Cada aluno terá que entregar suas atividades de forma individual:

- Relatórios de atividades contendo justificativa da escolha da empresa (2 pontos), documentação (8 pontos) e análise (10 pontos) e proposta de intervenção (10 pontos) e elaboração de vídeo (70 pontos).

CRONOGRAMA DAS AVALIAÇÕES:

CRONOGRAMA DAS AVALIAÇÕES		
DATA	TIPO	Pontos
Semana 02	Justificativa 01 (atividade em grupo)	2
Semana 04	Documentação e análise 01 (atividade em grupo)	8
Semana 05	Proposta de intervenção 01 (atividade em grupo)	10
Semana 04 a 06	Organização de evento 01 (atividade em grupo)	20
Semana 06	Vídeo 01 (atividade em grupo)	20
Semana 07	Participação no evento 01 (atividade individual).	20
Semana 09	Justificativa 02 (atividade em grupo).	2
Semana 10	Documentação e análise 02 (atividade em grupo)	8
Semana 11	Proposta de intervenção 02 (atividade em grupo)	10
Semana 12 a 13	Organização de evento 02 (atividade em grupo)	20
Semana 13	Vídeo 01 (atividade em grupo)	20
Semana 14	Participação no evento 02 (atividade individual).	20

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

LUZIO, Fernando. **Fazendo a Estratégia Acontecer**: Como Criar e Implementar as Iniciativas da Organização, 2^a ed. Ampliada. Cengage Learning Brasil, 2010. Disponível em:
[https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126057/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126057/)

VASCONCELOS, Flávio Carvalho D. **Dinâmica Organizacional e Estratégia** - Imagens e Conceitos. Cengage Learning Brasil, 2013. Disponível em:
[https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522114818/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522114818/)

HITT, Michael A.; IRELAND, R D.; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica** – Competitividade e globalização – Conceitos: Tradução da 12^a edição norte-americana. Cengage Learning Brasil, 2019. (Capítulos 10, 11, 12). Disponível em:
[https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522127986/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522127986/)

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BOSSIDY, Larry; CHARAN, Ram. **Execução** - a disciplina para atingir resultados. Editora Alta Books, 2019. Disponível em:

[https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550812861/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550812861/)

DESS, Gregory G.; LUMPKIN, G. T.; EISNER, Alan B.; MCNAMARA, Gerry. **Administração estratégica**: criando vantagens competitivas. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

GAMBLE, John E.; JR., Arthur A T. **Fundamentos da Administração Estratégica**. Grupo A, 2013. Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550894/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550894/)

JOHNSON, Gerry; SCHOLES, Kevan; WHITTINGTON, Richard. **Fundamentos de Estratégia**. Grupo A, 2011. (Capítulos 9, 10). Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808007/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808007/)

KUAZQUI, Edmir. **Planejamento Estratégico**. Cengage Learning Brasil, 2015. Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522122523/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522122523/)

MINTZBERG, Henry. **Managing**: desvendando o dia a dia da gestão. Grupo A, 2010. Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603116/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603116/)

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James B.; et al. **O processo da estratégia**. Disponível em: Grupo A, 2009. [https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577800605/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577800605/)

THURMAN, Paul W.; FERENCE, Thomas P. **Estratégia** - Série Fundamentos. Editora Saraiva, 2012. Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502180062/](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502180062/)

CALENDÁRIO DIDÁTICO

CRONOGRAMA DETALHADO				
semana	Data terça	Data Sexta	TEMA	METODOLOGIA
01	24/02/2026	27/02/2026	(i) Plano da disciplina; e (ii) “Implementação da estratégia no nível de negócio: liderança em custo, diferenciação e híbrido de liderança em custo e diferenciação”	Exposição e aprovação do plano; exposição e orientação sobre a atividade proposta (i) formação de grupos e (ii) busca e seleção de empresas (atividade presencial)
02	03/03/2026	06/03/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: justificativa 01 sobre a empresa escolhida.
03	10/03/2026	13/03/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para (i) correções e orientações; (ii) documentação e análise dos problemas e das soluções que forem observados na empresa escolhida 01 e (iii) organização do evento 01 com os empresários
04	17/03/2026	20/03/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: (i) proposição de melhorias ou de mudanças na empresa escolhida 01 e (ii) organização do evento 01 com os empresários. (atividade presencial)

05	24/03/2026	27/03/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: (i)relatório de atividades 03, (ii) elaboração de vídeo 01 sobre a empresa e as ações realizadas e (iii) organização do evento 01 com os empresários.
06	31/03/2026	10/04/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para (i) assistir ao vídeo 01 das equipes (atividade presencial) e (ii) organização do evento 01 com os empresários.
07	07/04/2026	17/04/2026	Evento 01 com os empresários	Empresários convidados irão expor e debater com os alunos a partir dos temas relacionados à implementação no nível de negócio; (atividade presencial) : (i) presença no evento 01, (ii) debate com os empresários e (iii) exposição dos vídeos 01.
08	14/04/2026	24/04/2026	(i) <i>"Implementação da estratégia no nível corporativo: integração, diversificação, aliança, fusão e aquisição"</i>	Exposição e aprovação do plano; exposição e orientação sobre a atividade proposta (i) formação de grupos e (ii) busca e seleção de empresas (atividade presencial)
09	28/04/2026	08/05/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: justificativa 02 sobre a empresa escolhida.
10	05/05/2026	15/05/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para (i) correções e orientações; (ii) documentação e análise dos problemas e das soluções que forem observados na empresa escolhida 02 e (iii) organização do evento 02 com os empresários
11	12/05/2026	22/05/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: (i) proposição de melhorias ou de mudanças na empresa escolhida 02 e (ii) organização do evento 02 com os empresários. (atividade presencial)
12	19/05/2026	29/05/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: (i)relatório de atividades 02, (ii) elaboração de vídeo 02 sobre a empresa e as ações realizadas e (iii) organização do evento 02 com os empresários.

13	26/05/2026	05/06/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para (i) assistir ao vídeo 02 das equipes (atividade presencial) e (ii) organização do evento 02 com os empresários.
14	02/06/2026	12/06/2026	Evento 01 com os empresários	Empresários convidados irão expor e debater com os alunos a partir dos temas relacionados à implementação no nível de negócio; (atividade presencial): (i) presença no evento 01, (ii) debate com os empresários e (iii) exposição dos vídeos 01.
15	09/06/2026	19/06/2026	Finalização da disciplina	Atividade presencial: (i) apresentação sobre as experiências com as empresas e análise geral da disciplina . Encaminhamentos para os que pegarem Exame final
Semana dos Exames Finais	30/06/2026	03/07/2026	Entrega das atividades em uma organização diferente	Relatórios de atividades (individual) contendo justificativa da escolha da empresa (2 pontos), documentação (8 pontos) e análise (10 pontos) e proposta de intervenção (10 pontos): 2 atividades, totalizando 30 pontos. Vídeo (individual): totalizando 70 pontos.

Observações:

Atendimentos presenciais para orientações terças 7h45 às 8h45 pela manhã (alunos matriculados com a Profa. Iomara) e sextas 17h50 às 18h50 pela tarde (alunos matriculados com o Prof. Sammuel) computam presença ou falta.

Dia de assistir aos vídeos e do evento comparecimento presencial conforme horário previamente estabelecido com a turma.



Documento assinado eletronicamente por **IOMARA SCANDELARI LEMOS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 23/12/2025, às 18:35, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8494956** e o código CRC **34005A14**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Laboratório Extensionista Implementação e Controle Estratégicos		Código: SAOP59 - Noite					
Natureza: (<input type="checkbox"/>) Obrigatória (<input checked="" type="checkbox"/>) Optativa		(<input checked="" type="checkbox"/>) Semestral Modular	(<input type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>)				
Pré-requisito:	Co-requisito: SAOB16	Modalidade: (<input checked="" type="checkbox"/>) Totalmente Presencial (<input type="checkbox"/>) Totalmente EAD (<input type="checkbox"/>) Parcialmente EAD: _____ *CH					
CH Total: CH Semanal: Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE): 60h	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Articulação de teoria e prática no campo da gestão em atividades de planejamento, execução e avaliação relacionadas a organizações com a ótica do processo de implementação da estratégia e controle. Análise e reformulação da implementação estratégica, ferramentas de execução, mecanismos de controle e avaliação em empresas de diferentes setores, tamanhos e contextos. Formulação de práticas que atendam às demandas sociais da comunidade externa: interação dialógica; interdisciplinaridade e interprofissionalidade; indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; impacto na formação do estudante; e impacto e transformação social.

PROGRAMA

- 1. Implementação da estratégia no nível de negócio:** Liderança em custo, Diferenciação e Híbrido de liderança em custo e diferenciação
 - 1.1. Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica no nível de negócio**
 - 1.2. Fatores intervenientes na implementação estratégica no nível de negócio**
 - 1.3. Controles estratégicos e indicadores de desempenho nas estratégias no nível de negócio**
- 2. Implementação da estratégia no nível corporativo:** Integração, Diversificação, Aliança estratégica e Fusão e aquisição
 - 2.1. Processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica no nível corporativo**
 - 2.2. Fatores intervenientes na implementação estratégica no nível corporativo**
 - 2.3. Controles estratégicos e indicadores de desempenho nas estratégias no nível corporativo**

OBJETIVO GERAL

Aplicar nas organizações os principais conceitos, ferramentas e práticas relacionadas à implementação da estratégia organizacional, considerando os fatores internos e externos que influenciam esse processo, bem como os mecanismos de controle e avaliação de desempenho estratégico.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Analisar os processos e ferramentas de apoio à implementação estratégica, com ênfase em governança, compliance, gestão de riscos e gestão do conhecimento.
- Identificar e avaliar os fatores intervenientes na implementação da estratégia, como estruturas organizacionais, recursos e competências, cultura, liderança, ética e empreendedorismo estratégico.
- Compreender os mecanismos de controle estratégico, incluindo a definição e uso de indicadores de desempenho, ferramentas de avaliação e controle do desempenho estratégico.
- Investigar as estratégias de implementação no nível de negócio, como liderança em custo, diferenciação e híbrida.
- Investigar as estratégias de implementação no nível corporativo, incluindo integração, diversificação, alianças estratégicas, fusões e aquisições.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina *Laboratório Extensionista de Implementação Estratégica* está organizada em 15 semanas, totalizando 60 horas de atividades extensionistas. A metodologia adotada visa promover uma aprendizagem ativa, reflexiva e aplicada, por meio da combinação de: (i) documentações e análises de empresas participantes; (ii) proposições de melhorias ou mudanças; (iii) interações dialógicas com empresários no processo de transferência de tecnologias e de conhecimento sobre as realidades de formulação e de implementação das estratégias organizacionais.

A cada semana, os estudantes são convidados a explorar os conteúdos teóricos abordados na disciplina de implementação estratégica e realizar o exercício das práticas da implementação estratégica por meio de leituras e materiais disponibilizados previamente na plataforma virtual da UFPR (UFPR Virtual, *Teams* da disciplina e *Minha Biblioteca*).

As principais estratégias metodológicas incluem:

Busca e seleção de empresas: aplicada para estimular os alunos no processo de relacionamento com o mercado e de identificação de oportunidades.

Justificativa da escolha da empresa: justificativa necessária para avaliação de aderência com a proposta da disciplina.

Documentação e análise dos problemas e das soluções que forem observados : necessário para a avaliação voltada para a proposições de melhorias ou mudanças.

Intervenção: proposição de melhorias ou de mudanças a partir das observações e das análises realizadas.

Orientações: utilizadas para introdução e aprofundamento de temas centrais, com incentivo à participação ativa dos estudantes, corrigindo e direcionando os alunos para conclusão das atividades atribuídas.

Relatórios de atividades: os alunos documentarão suas atividades ao longo da disciplina de modo que seja possível avaliar as suas escolhas e realizações.

Elaboração de vídeos: requisito necessário para a apresentação do resultado decorrente das ações dos alunos junto às empresas participantes (um vídeo por bimestre)

Eventos (organização e participação): estabelecido para tornar o conhecimento coletivo ao mesmo tempo que promove a interação dialógica entre alunos, empresários, universidade e a comunidade.

Ao longo da disciplina, a comunicação entre professor e alunos ocorrerá preferencialmente por meio da plataforma *Teams*, *UFPR Virtual* e do e-mail institucional.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Ao longo do semestre, os estudantes serão avaliados por meio de entregas realizadas que combinam trabalhos em grupo e avaliações individuais. O objetivo é promover uma aprendizagem contínua e diversificada, estimulando tanto o trabalho colaborativo quanto o desempenho individual.

As avaliações serão disponibilizadas e atribuídas no *Teams* e na *UFPR Virtual* da disciplina e

estão distribuídas da seguinte forma:

- Relatórios de atividades (em grupo) contendo justificativa da escolha da empresa (2 pontos), documentação (2 pontos) e análise (6 pontos) e proposta de intervenção (10 pontos): 2 atividades, totalizando 20 pontos.
- Organização de evento (em grupo): 2 atividades, totalizando 20 pontos.
- Participação no evento (individual), participação presencial e entrega de relatório: 2 atividades, totalizando 20 pontos.
- Elaboração de vídeo (em grupo): 2 atividades, totalizando 40 pontos.

Haverá uma atividade de cada tipo por bimestre totalizando 100 pontos para cada bimestre.

A média semestral será atribuída somando as duas médias bimestral e dividindo por 2.

Caso o aluno não entregue a atividade no prazo estabelecido, poderá entregar a atividade fora do prazo valendo 50% da nota atribuída inicialmente.

O **Exame Final** será composto de todas as atividades propostas como avaliação de forma individual exceto a organização e realização do evento, porém em uma organização diferente das escolhidas pelo grupo ao qual o aluno pertencia. Terá como prazo máximo de entrega o dia da semana e horário da disciplina, na semana de realização de Exames Finais prevista no calendário acadêmico. Cada aluno terá que entregar suas atividades de forma individual:

- Relatórios de atividades contendo justificativa da escolha da empresa (2 pontos), documentação (8 pontos) e análise (10 pontos) e proposta de intervenção (10 pontos) e elaboração de vídeo (70 pontos).

CRONOGRAMA DAS AVALIAÇÕES:

CRONOGRAMA DAS AVALIAÇÕES		
DATA	TIPO	Pontos
Semana 02	Justificativa 01 (atividade em grupo)	2
Semana 04	Documentação e análise 01 (atividade em grupo)	8
Semana 05	Proposta de intervenção 01 (atividade em grupo)	10
Semana 04 a 06	Organização de evento 01 (atividade em grupo)	20
Semana 06	Vídeo 01 (atividade em grupo)	20
Semana 07	Participação no evento 01 (atividade individual).	20
Semana 09	Justificativa 02 (atividade em grupo).	2
Semana 10	Documentação e análise 02 (atividade em grupo)	8
Semana 11	Proposta de intervenção 02 (atividade em grupo)	10
Semana 12 a 13	Organização de evento 02 (atividade em grupo)	20
Semana 13	Vídeo 01 (atividade em grupo)	20
Semana 14	Participação no evento 02 (atividade individual).	20

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

LUZIO, Fernando. **Fazendo a Estratégia Acontecer**: Como Criar e Implementar as Iniciativas da Organização, 2^a ed. Ampliada. Cengage Learning Brasil, 2010. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522126057/>

VASCONCELOS, Flávio Carvalho D. **Dinâmica Organizacional e Estratégia - Imagens e Conceitos**. Cengage Learning Brasil, 2013. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522114818/>

HITT, Michael A.; IRELAND, R D.; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica – Competitividade e globalização – Conceitos: Tradução da 12^a edição norte-americana**. Cengage Learning Brasil, 2019. (Capítulos 10, 11, 12). Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522127986/>

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

BOSSIDY, Larry; CHARAN, Ram. **Execução - a disciplina para atingir resultados**. Editora Alta Books, 2019. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550812861/>

DESS, Gregory G.; LUMPKIN, G. T.; EISNER, Alan B.; MCNAMARA, Gerry. **Administração estratégica: criando vantagens competitivas**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.

GAMBLE, John E.; JR., Arthur A T. **Fundamentos da Administração Estratégica**. Grupo A, 2013. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550894/>

JOHNSON, Gerry; SCHOLES, Kevan; WHITTINGTON, Richard. **Fundamentos de Estratégia**. Grupo A, 2011. (Capítulos 9, 10). Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577808007/>

KUAZQUI, Edmir. **Planejamento Estratégico**. Cengage Learning Brasil, 2015. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522122523/>

MINTZBERG, Henry. **Managing: desvendando o dia a dia da gestão**. Grupo A, 2010. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582603116/>

MINTZBERG, Henry; LAMPEL, Joseph; QUINN, James B.; et al. **O processo da estratégia**. Disponível em: Grupo A, 2009. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788577800605/>

THURMAN, Paul W.; FERENCE, Thomas P. **Estratégia - Série Fundamentos**. Editora Saraiva, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502180062/>

CALENDÁRIO DIDÁTICO

CRONOGRAMA DETALHADO				
semana	Data terça	Data Sexta	TEMA	METODOLOGIA

01	24/02/2026	27/02/2026	(i) Plano da disciplina; e (ii) “Implementação da estratégia no nível de negócio: liderança em custo, diferenciação e híbrido de liderança em custo e diferenciação”	Exposição e aprovação do plano; exposição e orientação sobre a atividade proposta (i) formação de grupos e (ii) busca e seleção de empresas (atividade presencial)
02	03/03/2026	06/03/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: justificativa 01 sobre a empresa escolhida.
03	10/03/2026	13/03/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para (i) correções e orientações; (ii) documentação e análise dos problemas e das soluções que forem observados na empresa escolhida 01 e (iii) organização do evento 01 com os empresários
04	17/03/2026	20/03/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: (i) proposição de melhorias ou de mudanças na empresa escolhida 01 e (ii) organização do evento 01 com os empresários. (atividade presencial)

05	24/03/2026	27/03/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: (i)relatório de atividades 03, (ii) elaboração de vídeo 01 sobre a empresa e as ações realizadas e (iii) organização do evento 01 com os empresários.
06	31/03/2026	10/04/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para (i) assistir ao vídeo 01 das equipes (atividade presencial) e (ii) organização do evento 01 com os empresários.
07	07/04/2026	17/04/2026	Evento 01 com os empresários	Empresários convidados irão expor e debater com os alunos a partir dos temas relacionados à implementação no nível de negócio; (atividade presencial): (i) presença no evento 01, (ii) debate com os empresários e (iii) exposição dos vídeos 01.
08	14/04/2026	24/04/2026	(i) <i>“Implementação da estratégia no nível corporativo: integração, diversificação, aliança, fusão e aquisição”</i>	Exposição e aprovação do plano; exposição e orientação sobre a atividade proposta (i) formação de grupos e (ii) busca e seleção de empresas (atividade presencial)

09	28/04/2026	08/05/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: justificativa 02 sobre a empresa escolhida.
10	05/05/2026	15/05/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para (i) correções e orientações; (ii) documentação e análise dos problemas e das soluções que forem observados na empresa escolhida 02 e (iii) organização do evento 02 com os empresários
11	12/05/2026	22/05/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: (i) proposição de melhorias ou de mudanças na empresa escolhida 02 e (ii) organização do evento 02 com os empresários. (atividade presencial)
12	19/05/2026	29/05/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para correções e orientações; Atividade orientada: (i)relatório de atividades 02, (ii) elaboração de vídeo 02 sobre a empresa e as ações realizadas e (iii) organização do evento 02 com os empresários.

13	26/05/2026	05/06/2026	(i) Apoio para a realização das atividades orientadas e para finalização das entregas	Encontro para (i) assistir ao vídeo 02 das equipes (atividade presencial) e (ii) organização do evento 02 com os empresários.
14	02/06/2026	12/06/2026	Evento 01 com os empresários	Empresários convidados irão expor e debater com os alunos a partir dos temas relacionados à implementação no nível de negócio; (atividade presencial) : (i) presença no evento 01, (ii) debate com os empresários e (iii) exposição dos vídeos 01.
15	09/06/2026	19/06/2026	Finalização da disciplina	Atividade presencial: (i) apresentação sobre as experiências com as empresas e análise geral da disciplina . Encaminhamentos para os que pegarem Exame final

Semana dos Exames Finais	30/06/2026	03/07/2026	Entrega das atividades em uma organização diferente	Relatórios de atividades (individual) contendo justificativa da escolha da empresa (2 pontos), documentação (8 pontos) e análise (10 pontos) e proposta de intervenção (10 pontos) (20 pontos).
	Documento assinado eletronicamente por SAMMUEL FELIPE CHAGAS DE SOUZA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR , em 23/12/2025, às 19:43, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.			

Observações:

Atendimentos presenciais para orientações terças 7h45 às 8h45 pela manhã (alunos matriculados com a Profa. Iomara) e sextas 17h50 às 18h50 pela tarde (alunos matriculados com o Prof. Sammuel) computam presença ou falta.

Dia de assistir aos vídeos e do evento comparecimento presencial conforme horário previamente estabelecido com a turma.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8495008** e o código CRC **68D5D0BA**.



MODELO PADRÃO: Ficha 2: Plano de Ensino para o Ano Letivo de 2026.1

1. Dados Gerais

Disciplina: Gestão e Captação de Pessoas

Código: SA0B15 Turma M1

Pré-requisito: Não há

Créditos: 04

CH total: 60h

CH semanal: 04

Padrão (PD): 45h total/3h semana

Orientada (OR): 15h total/1h semana

Docente(s): Profª Drª Samantha de Toledo Martins Boehs

Contato: Samantha.boehs@ufpr.br ou profsamantha.toledo@gmail.com

Acesso ao Ambiente Virtual de Aprendizagem: endereço www.office.com - Teams

2. EMENTA

Histórico e caracterização da área de gestão de pessoas nas organizações. Os papéis do profissional de gestão de pessoas. Planejamento e indicadores de gestão de pessoas. Gestão da captação de pessoas. Processos e técnicas de recrutamento e seleção. Admissão e integração (*onboarding*). Avaliação dos processos de atração, captação e seleção de pessoas.

3. PROGRAMA

Conceitos de Gestão de Pessoas

Processos de Gestão de Pessoas

A evolução da Gestão de Pessoas

Planejamento de Gestão de Pessoas

A atuação da área de gestão de pessoas nas organizações

A atuação e os papéis dos profissionais da área de gestão de pessoas

Gestão da captação de pessoas

Processos e técnicas de recrutamento

Employer branding

Processos e técnicas de seleção

Admissão e integração (*onboarding*)

4. OBJETIVO GERAL

Fornecer aos alunos conhecimentos técnicos e práticos sobre a Gestão de Pessoas, sua importância para as Organizações e evolução desde o conceito de departamento de pessoal até a concepção de RH 4.0, bem como abordar os aspectos relacionados aos processos de Planejamento de Recursos Humanos, recrutamento, seleção, admissão e integração das pessoas nas organizações.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Compreender os processos de gestão de Pessoas e seus impactos nas organizações;
2. Compreender os fatores internos e externos que influenciam a gestão de Pessoas nas organizações;
3. Discutir sobre os fatores relevantes para a realização de um planejamento estratégico de RH;
4. Capacitar o aluno a executar o planejamento de um processo seletivo.

6. METODOLOGIA

A Metodologia de Ensino será composta por aulas expositivas dialogas e por atividades participativas propostas em sala.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

30% Atividades individuais e em equipe

70% prova bimestral individual sem consulta

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

8. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

Chiavenato, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. São Paulo: Manole, 2014.

E-book: ABRH/Sênior Tecnologia de Gestão: **Tendências do RH 4.0 e a Gestão de Pessoas do futuro**. Disponível em: <https://www.abrhbrasil.org.br/cms/materias-de-rh/ebooks/rh-4-0-era-digital-e-a-evolucao-do-setor-de-recursos-humanos/>

Gestão de Recursos Humanos Carreira e evolução em um setor promissor. Escrito por Mariana Cremonesi, Valmir Alves e Letícia Lopes. Empresa de Software para RH.
<https://www.gupy.io/>

Guia da Reforma Trabalhista ABRH 2018. Disponível em:
<https://abrhm.org.br/2018/02/28/novo-guia-da-reforma-trabalhista-acesse-aqui/>

9. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Bitencourt, C. Gestão Contemporânea de Pessoas: Novas práticas, conceitos tradicionais. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Bohlander, G. Snell, S. & Sherman, A. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Pioneira thomson Learning, 2003.

De Cenzo D. A e Robbins, S. P. Administração de Recursos Humanos. 6a edição. LTC: Rio de Janeiro, 2001.

Drews, Gustavo Arno; Pizolotto, Maira Fátima; Griebeler, Marcos Paulo Dhein. Estratégias de gestão de pessoas. 2012. Unijuí. Disponível em:
<https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/2828/Estrat%c3%a9gia%20de%20Gest%c3%a3o%20de%20Pessoas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dutra, J. S., Dutra, T. A. & Dutra, G. A. Gestão de Pessoas: realidade atual e desafios futuros. São Paulo. Atlas, 2017. 496 p.

Lucena, M. D. S. Planejamento Estratégico de Recursos Humanos. 2^a edição. São Paulo: Atlas, 2017. 247 pgs.

Hanashiro, 2008. Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders. 2^a edição, São Paulo: Saraiva, 2008

Data	Tema
24/02	Apresentação da Disciplina
03/03	Conceitos e processos de gestão de pessoas
10/03	A evolução da Gestão de Pessoas
24/03	Planejamento de Recursos Humanos
31/03	O Papel do Profissional de RH – Preparação das Equipes
07/04	O Papel do Profissional de RH - Apresentações
14/04	Indicadores de RH e People Analytics
21/04	Feriado
28/04	Prova Bimestral
05/05	Curriculo
12/05	Recrutamento
19/05	Seleção de Pessoal
26/05	Seleção por competências e Entrevista de seleção
09/06	Admissão e Socialização
16/06	Prova Bimestral
23/06	Entrega de provas e trabalhos
30/06	Prova Final



Ficha 2

Plano de Ensino para o Ano Letivo de 2026.1

1. Dados Gerais

Disciplina: Laboratório Extensionista Pessoas - SAOP67 Carreira e Mercado de Trabalho na área de Administração

Vinculado ao Projeto de Extensão: Carreira e Bem-estar ao Longo do Ciclo de Vida

Código: SAOP67

Pré-requisito: Não há

Créditos: 04

CH total: 60h

CH semanal: 04

2^a e 4^{as} Feiras 17:00 às 19:00 horas

45 vagas M/N

Padrão (PD): 45h total/3h semana

Orientada (OR): 15h total/1h semana

Docente(s): Prof^a Dr^a Samantha de Toledo Martins Boehs

Contato: Samantha.boehs@ufpr.br ou profsamantha.toledo@gmail.com

Acesso ao Ambiente Virtual de Aprendizagem: endereço www.office.com - Teams

2. EMENTA

A profissão Administração de empresas. Grandes Áreas e possibilidades de atuação profissional em administração. Mercado de Trabalho na área de Administração. Carreira em Administração de empresas.

3. PROGRAMA

No que consiste a profissão de Administração de empresas;

Quais são as grandes áreas da Administração de empresas;

Mercado de Trabalho na área de Administração;

Carreira em Administração de empresas;

Perfil na área de administração.

4. OBJETIVO GERAL

Fornecer aos alunos conhecimentos técnicos e práticos sobre as diversas possibilidades de carreira no mercado de trabalho na área de administração de empresas, bem como disseminar em escolas públicas e privadas informações sobre as possibilidades de atuação nessa profissão fazendo com que mais alunos do ensino médio tenham informação sobre a profissão, incentivando a procura do curso de administração para o vestibular.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Auxiliar os alunos a explorarem as possibilidades de atuação profissional na área de administração;
2. Compreender as diversas áreas de atuação profissional dentro da carreira de administração de empresas;
3. Divulgar para a comunidade externa a importância do curso de administração para a sociedade;
4. Informar a comunidade externa no que consiste construir carreira na área de administração;

6. METODOLOGIA

A Metodologia de Ensino será composta por aulas expositivas dialogas, por atividades participativas desenvolvidas pelos alunos dentro e fora de sala e pela organização e execução de palestras a serem ministradas em escolas.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

100% Atividades individuais e em equipe

Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado.

Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer Exame Final.

Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado.

A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

8. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FIA USP (2020). Carreira na área de administração: descubra as carreiras mais promissoras
<https://fia.com.br/blog/carreira-em-administracao/>

Ramos, Rogério. **Guia da Profissão: Ramos da Administração** / Rogério Ramos. – Brasília: Conselho Federal de Administração, 2022. 58 p.

Vieira, Leandro. (2022). **O melhor administrador do mundo: tudo o que você precisa saber para construir seu futuro em administração**. São Paulo: Editora Gente.

9. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

Administração é a carreira dos flexíveis, diz diretora da Microsoft; veja debate sobre mitos e verdades da profissão (2017). <https://g1.globo.com/educacao/guia-de-carreiras/noticia/administracao-e-a-carreira-dos-flexiveis-diz-diretora-da-microsoft-veja-videos-de-programa-sobre-mitos-da-profissao.ghtml>

Amatucci, Marcos. (2000) Perfil do administrador brasileiro para o século XXI: um enfoque metodológico. Tese de Doutorado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. USP.<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12132/tde-08112010-174044/en.php>

Borges, J. F., Medeiros, C. R. de O., & Casado, T. (2011). Práticas de gestão e representações sociais do administrador: algum problema?. *Cadernos EBAPE.BR*, 9(spe1), 530–568. <https://doi.org/10.1590/S1679-39512011000600006>

Nascimento, Mariana Diniz Luna do. (2014). Competências do administrador: um estudo comparativo entre a percepção da academia e do mercado. 2014. Curso de Administração, Centro de Humanidades, Universidade Federal de Campina Grande - Paraíba - Brasil, 2014. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/6451>

Site: <https://administradores.com.br/>

Data	Tema
SEMANA 1	Apresentação da Disciplina PRESENCIAL
SEMANA 2	Ser Administrador: Possibilidades de atuação na área de Administração PRESENCIAL
SEMANA 3	Ser Administrador: Possibilidades de atuação na área de Administração - PRESENCIAL
SEMANA 4	Ser Administrador: Possibilidades de atuação na área de Administração – EM CAMPO: LIBERADO PARA A REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS COM OS PROFISSIONAIS E AGENDAMENTO NAS ESCOLAS

SEMANA 5	Ser Administrador: Possibilidades de atuação na área de Administração – PRESENCIAL - APRESENTAÇÕES PARTE 1
SEMANA 6	Ser Administrador: Possibilidades de atuação na área de Administração – EM CAMPO: LIBERADO PARA A REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS COM OS PROFISSIONAIS E AGENDAMENTO NAS ESCOLAS
SEMANA 7	Ser Administrador: Possibilidades de atuação na área de Administração – PRESENCIAL - APRESENTAÇÕES PARTE 2
SEMANA 8	POSTAGEM ONLINE NO TEAMS DO DOCUMENTO DE AUTORIZAÇÃO ASSINADO PELA ESCOLA
20 ABRIL	FERIADO
SEMANA 09	APRESENTAÇÃO EM SALA PARA A PROFESSORA DA ESTRUTURA DA PALESTRA E POSTAGEM NO TEAMS – PRESENCIAL
SEMANAS 10,11,12 e 13	Mês de maio – reservado para a execução das palestras nas escolas
SEMANA 14	Preparação para a Apresentação Final da disciplina
SEMANA 15	Apresentação Final da Disciplina em sala – PRESENCIAL
29/06	Prova Final



Ficha 2

Disciplina: Desenvolvimento de Pessoas (Noturno)		Código: SAOB07					
Professor: Bruno Eduardo Slongo Garcia							
Disciplina obrigatória/ Semestral							
Pré-requisito e Co-requisito: Não	Modalidade: Presencial						
CH Total: 60h CH semanal: 4h	Padrão (PD): 45h	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 15	Prática Específica (PE): 00	Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
EMENTA							
Treinamento, Desenvolvimento e Educação em Organizações. Gestão de Carreira. Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho. Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho. Gestão Internacional de Pessoas.							
PROGRAMA							
<p>1. Treinamento e Desenvolvimento</p> <p>1.1 Conceitos de Treinamento, desenvolvimento e Educação corporativa</p> <p>1.2 Levantamento das necessidades de TD&E (LNT)</p> <p>1.3 Planejamento de ações de TD&E</p> <p>1.4 Execução de ações de TD&E</p> <p>1.5 KPIs de TD&E</p>							
<p>2. Gestão do Conhecimento e Aprendizagem Organizacional</p> <p>2.1 Gestão do Conhecimento</p> <p>2.2 Educação Corporativa</p> <p>2.3 Universidade Corporativa</p>							
<p>3. Administração de Carreiras</p> <p>3.1 O papel das pessoas no planejamento da carreira</p> <p>3.2 O papel das organizações no planejamento de carreiras</p> <p>3.3 Desenho de carreiras</p> <p>3.4 Instrumentos para o gerenciamento de carreiras</p>							
<p>4. Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho</p> <p>4.1 Fatores Sociais e Organizacionais na Gestão da Saúde e Segurança no Trabalho</p> <p>4.2 Normas Regulamentadoras</p> <p>4.3 Conceitos e Modelos Conceituais de Qualidade de Vida no Trabalho</p> <p>4.4 Indicadores em Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho</p>							
<p>5. Gestão Internacional de Pessoas</p> <p>5.1 Processos de expatriação e repatriação</p> <p>5.2 Gestão de pessoas em organizações globais: aspectos legais e jornada de trabalho, remuneração e benefícios, cultura e choque cultural.</p>							
<p>6. Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho</p> <p>6.1 Princípios dos Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho</p> <p>6.2 Componentes dos Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho</p> <p>6.3 Resultados Associados aos Sistemas de Trabalho de Elevado Desempenho</p>							

OBJETIVO GERAL

Compreender o desenvolvimento de pessoas no contexto organizacional em empresas nacionais e internacionais.

OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Discutir os conceitos relacionados ao desenvolvimento de pessoas.
2. Compreender as fases para implementação de T&D nas organizações.
3. Conhecer as possíveis relações entre T&D, Carreira e Desempenho.
4. Descrever as práticas de saúde, segurança e qualidade de vida no trabalho.
5. Contextualizar a gestão internacional de pessoas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Para o bom andamento da disciplina é fundamental a leitura prévia disponibilizada pelo professor, com a elaboração de questionamentos e levantamento de pontos de discussão para as aulas presenciais.

Nas aulas presenciais, a disciplina será desenvolvida sob duas abordagens, a saber:

-Aulas expositivo-dialogadas: Serão apresentados, pelo professor, os conteúdos curriculares teóricos com base em casos reais. Nessas aulas poderão ocorrer palestras e *workshops* com convidados externos.

-Aulas práticas: Os estudantes participarão de atividades práticas que envolvem estudos de caso, seminários e discussões em grupo a respeito do conteúdo teórico.

Serão utilizados os seguintes recursos: quadro de giz, notebook e projetor multimídia.

Na carga horária orientada (OR) o professor irá disponibilizar capítulos para leitura. Como forma de averiguar as leituras, os alunos deverão resolver as atividades propostas no ambiente virtual de aprendizagem.

Cronograma dos Encontros

Nº	Data	Conteúdo	Leitura	Atividade (OR)	
1	24/fev	Apresentação do plano de ensino e conceitos introdutórios de T&D	Capítulo 7: ARELLANO, Eliete. Gestão de Pessoas. Grupo GEN, 2017.	Leitura do capítulo.	
2	03/març	Projeto de T&D: Levantamento das necessidades de treinamento (LNT). Planejamento e Execução.	Capítulo 7: BOHLANDER, George W.; SNELL, Scott A. Administração de Recursos Humanos: Tradução da 16ª edição norte-americana. Cengage Learning Brasil, 2015.	Atividade no Microsoft Teams	
3	10/març	Gestão do Conhecimento: O Caso Fio Cruz	Capítulo 1: NETO, Rivadávia Correa Drummond de A. Gestão do Conhecimento em Organizações: Proposta de Mapeamento Conceitual Integrativo. SRV Editora LTDA, 2007.	Atividade no Microsoft Teams	
4	17/març	Trabalho avaliativo: Projeto de T&D na prática e Gestão do Conhecimento			
5	24/març	Educação e Universidade Corporativa: O Caso Bradesco e AMBEV	Capítulo 3: KANAANE, Roberto; ORTIGOSO, Sandra Aparecida F. Manual de Treinamento. Grupo GEN, 2018. Capítulo 2: MADRUGA, Roberto. Treinamento e desenvolvimento de competências e implementação da educação corporativa. SRV Editora LTDA, 2020.	Atividade no Microsoft Teams	
6	31/març	Gestão de Carreiras: Tipos de carreiras, gerenciamento e plano de desenvolvimento individual: O Caso da Holding Saúde	Capítulo 1: DUTRA, Joel S. Gestão de Carreiras - A Pessoa, a Organização e as Oportunidades. Grupo GEN, 2017.	Atividade no Microsoft Teams	
7	07/abr	Avaliação 1º Bimestre (60 pontos)			
8	14/abr	Gestão de Carreiras: Tipos de carreiras, gerenciamento e plano de desenvolvimento individual: O Caso da Holding Saúde	Capítulo 2: DUTRA, Joel S. Gestão de Carreiras - A Pessoa, a Organização e as Oportunidades. Grupo GEN, 2017.	Atividade no Microsoft Teams	
9	28/abr	Avaliação de desempenho e Gestão de Competências	Capítulo 8: Capítulo 7: BOHLANDER, George W.; SNELL, Scott A. Administração de Recursos	Leitura do capítulo	

			Humanos: Tradução da 16ª edição norte-americana. Cengage Learning Brasil, 2015.		
10	05/mai	Saúde, Segurança e Qualidade de Vida no Trabalho: conceitos introdutórios, normatização e programas: O Caso do Lab Prado	Capítulo 14: ARELLANO, Eliete. Gestão de Pessoas. Grupo GEN, 2017.	Atividade no Microsoft Teams	
11	12/mai	Trabalho avaliativo: Estudo de caso sobre gestão do desempenho			
12	19/mai	Gestão Internacional de Pessoas: O caso dos expatriados no home office		Capítulo 12 : ARELLANO, Eliete. Gestão de Pessoas. Grupo GEN, 2017.	
13	26/mai	Sistema de trabalho de elevado desempenho		Capítulo 15 : BOHLANDER, George W.; SNELL, Scott A. Administração de Recursos Humanos: Tradução da 16ª edição norte-americana. Cengage Learning Brasil, 2015.	
14	02/jun	Temas contemporâneos: Desempenho, Cultura organizacional, Justiça e Empowerment.		Capítulo 1: SCHEIN, Edgar H.; SCHEIN, Peter. Cultura Organizacional e Liderança. 5. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022.	
15	09/jun	Trabalho avaliativo			
16	16/jun	Avaliação 2º Bimestre (60 pontos)			
17	23/jun	Devolutiva			
18	30/jun	Exame final			

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os estudantes serão avaliados da seguinte maneira:

1º Bimestre: nota de 0 a 100 (Prova bimestral 60 pontos/ trabalhos 40 pontos)

2º Bimestre: nota de 0 a 100 (Prova bimestral 60 pontos/ trabalhos 40 pontos)

Média final: N1B/N2B*

*Em todas as aulas poderão ocorrer atividades avaliativas de até 5 pontos. As atividades com peso maior que 5 pontos, possuem datas definidas na ficha 2 (17/03, 12/05 e 09/6).

Aprovação: Média final ≥ 70

Exame: Média final de 40 a 69 pontos

Reprovação: Média final < 40

*Nota 1º Bimestre/Nota 2º Bimestre

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ARELLANO, E.B.; CESAR, A. M. R. V. C. Gestão de pessoas nas empresas contemporâneas brasileiras. São Paulo: Elsevier Brasil, 2017.

BOHLANDER, G. W.; SNELL, S. A. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

KANAANE, R.; ORTIGOSO, S. A. F. Manual de Treinamento e Desenvolvimento Do Potencial Humano. Editora Atlas SA, 2010.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BERGAMINI, C. W. Avaliação de desempenho: usos, abusos e credíncias no trabalho. São Paulo: Atlas, 2019.

BORGES-ANDRADE, J. E.; VILAS-BOAS, R. Medidas de Avaliação em Treinamento, Desenvolvimento e Educação. Porto Alegre: Artmed, 2012.

DE LIMA RIBEIRO, A. Gestão de treinamento de pessoas. Saraiva Educação SA, 2018.

LIMONGI FRANÇA, A.C. Qualidade de vida no trabalho: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. São Paulo: Grupo Gen, 2012.

MENESES, P.; ZERBINI, T.; ABBAD, G. Manual de treinamento organizacional. Artmed Editora, 2011.



Ficha 2 (variável)

Disciplina: Introdução ao Empreendedorismo		Código: SAOB18 - Noite	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular	
Pré-requisito: nenhum		Co-requisito: nenhum Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH	
CH Total: 60h CH Semanal: 4h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 Atividade Curricular de Extensão (ACE): 00	Padrão (PD): 45h total/3h semanal	Laboratório (LB): 00 Campo (CP): 00 Estágio (ES): 00	Orientada (OR): 15h total/1h semanal Prática Específica (PE): 00 Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)			
*indicar a carga horária que será à distância.			
EMENTA			
Introdução ao empreendedorismo; tipos de empreendedorismo; orientação empreendedora; competências empreendedoras; Design thinking e criatividade; Fontes de financiamento; Ecossistema empreendedor e ecossistema de inovação.			

PROGRAMA	
<ul style="list-style-type: none">· Evolução do empreendedorismo: histórico, cultura, tipos, orientação e competências· Metodologias e ferramentas para empreender· Entendendo o problema para a geração de valor e a inovação· Proposta de valor e encaixe entre problema e solução· Testando e aprendendo: prototipagem e produto mínimo viável· Como apresentar a solução para venda, financiamento ou parcerias· Fontes de financiamento· Modelagem de negócio e encaixe entre produto e mercado	

OBJETIVO GERAL

Desenvolver nos estudantes uma compreensão crítica e prática dos fundamentos do empreendedorismo, capacitando-os a identificar oportunidades, validar ideias, propor soluções inovadoras e estruturar modelos de negócio viáveis por meio de metodologias ativas, pesquisas orientadas e projetos empreendedores.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Conhecer a história e a evolução do empreendedorismo que estabeleceram a cultura e os tipos de empreendedorismo atuais
- Compreender os conceitos de empreendedorismo, intraempreendedorismo e o contexto socioeconômico das micro e pequenas empresas no Brasil.
- Identificar problemas reais e necessidades de clientes por meio de pesquisas de validação e análise de forças de consumo.
- Formular hipóteses de solução e desenvolver propostas de valor alinhadas às necessidades identificadas.
- Construir e testar protótipos ou produtos mínimos viáveis (MVPs), aplicando metodologias ágeis ou outras metodologias que colocam o cliente no centro do desenvolvimento e da validação de soluções novas ou significativamente melhoradas.
- Explorar fontes de financiamento, estratégias de captação de investimento para novos negócios e conexões no ecossistema de inovação.
- Elaborar e apresentar *Pitches* de ideias empreendedoras com base em modelos de negócio estruturados e conforme o público apresentado.
- Analisar modelos de receita e canais de tração, compreendendo sua importância para a sustentabilidade do negócio.
- Estimular o pensamento crítico, a criatividade, a colaboração e a capacidade de comunicação dos estudantes ao longo do desenvolvimento de projetos empreendedores.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina *Introdução ao Empreendedorismo* está estruturada para proporcionar aos estudantes uma vivência prática e reflexiva sobre os principais conceitos, ferramentas e etapas do processo empreendedor. Com uma carga horária total de 60 horas, sendo 45 horas destinadas às aulas presenciais e 15 horas aos encontros orientados via plataforma virtual da UFPR (*Teams* da disciplina), o curso adota uma abordagem ativa e centrada no aluno, promovendo o desenvolvimento de competências empreendedoras por meio de metodologias participativas, interação dialógica com empresários, estudos de caso, debates, pesquisas de campo, apresentações e construção de projetos.

O cronograma da disciplina está organizado em 15 semanas de atividades regulares e contempla os seguintes procedimentos metodológicos:

- Exposição dialogada e debates: utilizados para introdução e aprofundamento dos temas teóricos, como empreendedorismo, proposta de valor, MVP, modelo de receita, entre outros.
- Atividades práticas orientadas: incluem pesquisas de validação, preenchimento de Modelos Canvas, elaboração de *Pitches*, resenhas reflexivas e estudos de caso, promovendo a aplicação dos conceitos em situações reais ou simuladas.
- Apresentações presenciais: os empresários compartilham as suas experiências e os alunos compartilham os resultados de suas pesquisas e protótipos/MVP, desenvolvendo habilidades de comunicação e argumentação.
- Banca de avaliação: os alunos irão compor bancas de avaliações simulando situações de investimento como ocorre em aceleradoras, fundos de investimento, etc.
- Avaliações individuais: duas provas sem consulta avaliam o domínio conceitual e a capacidade analítica dos estudantes.
- Projetos empreendedores: ao longo do curso, os alunos desenvolvem ideias de negócio, passando por etapas de validação, prototipagem/MVP e apresentação de *Pitches*, culminando na construção de um modelo de negócio e de uma solução concreta.

A comunicação entre professor e alunos ocorrerá preferencialmente por meio da plataforma virtual da UFPR (*Teams* da disciplina) e do e-mail institucional (sammuel.souza@ufpr.br). Se houver indisponibilidade desses meios, favor entrar em contato pelo WhatsApp (41)99179-2309.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina *Introdução ao Empreendedorismo* é contínua, diversificada e alinhada aos objetivos de aprendizagem, buscando valorizar tanto o desenvolvimento individual quanto o trabalho em equipe. As atividades avaliativas foram planejadas para acompanhar o progresso dos estudantes ao longo do semestre, considerando aspectos como participação, aplicação prática dos conteúdos, capacidade analítica, criatividade e argumentação. A proposta contempla avaliações formativas e somativas, com instrumentos variados que estimulam o protagonismo estudantil e a construção de soluções empreendedoras.

O cronograma de avaliações está distribuído ao longo das 15 semanas da disciplina e contempla os seguintes instrumentos:

Atividades presenciais e orientadas: incluem quizzes, pesquisas de validação, preenchimento de Modelos Canvas, planos de implementação, resenhas reflexivas, estudos de caso e elaboração de *Pitches*. Essas atividades podem ser realizadas individualmente ou em grupo, conforme a natureza da tarefa.

Apresentações: os estudantes apresentam os resultados de suas pesquisas e projetos em momentos-chave do semestre, sendo avaliados pela clareza, coerência e aplicabilidade das soluções propostas.

Provas individuais: duas avaliações escritas, sem consulta, com peso significativo na composição da nota final, voltadas à verificação do domínio conceitual e da capacidade de análise crítica.

As atividades avaliativas aplicadas na Semana 01 até a Semana 15 contabilizam o total de 100 pontos. Caso o aluno não entregue a atividade no prazo estabelecido, poderá entregar a atividade fora do prazo valendo 50% da nota atribuída inicialmente. Caso o aluno falte à Prova 01 ou à Prova 02, poderá solicitar a segunda chamada conforme o regimento da UFPR. Para ser aprovado, é necessário ter no mínimo de 75% de presença na disciplina e no mínimo de 70 pontos na soma de todas as atividades atribuídas ao longo da disciplina. Para quem não atingiu a nota mínima, mas ficou com uma média de 40 pontos ou mais e possui o mínimo de presença, terá direito a fazer uma prova de exame conforme o estabelecido pelo Regimento Geral da UFPR. A data de aplicação da prova de exame será conforme o dia da semana que ocorre a aula e o período estabelecido para a aplicação de exame no calendário universitário.

CRONOGRAMA DAS AVALIAÇÕES		
DATA	TIPO	PONTOS
24/02/2026 Semana 01	Quiz 01 (atividade presencial e individual)	1
24/02/2026 Semana 01	Resenha reflexiva 01 (atividade presencial e individual)	1
03/03/2026 Semana 02	Resenha reflexiva 02 (atividade presencial e individual)	1
03/03/2026 Semana 02	Pesquisa de validação 01 (atividade orientada em grupo)	3
10/03/2026 Semana 03	Apresentação da pesquisa de validação 01 (atividade presencial em grupo)	1
10/03/2026 Semana 03	Preenchimento do Canvas de Resumo das Forças (atividade orientada em grupo)	1
17/03/2026 Semana 04	Resenha reflexiva 03 (atividade presencial e individual)	1
17/03/2026 Semana 04	Pesquisa de validação 02 (atividade orientada em grupo)	3
24/03/2026 Semana 05	Resenha reflexiva 04 (atividade presencial e individual)	1
24/03/2026 Semana 05	Preenchimento do Canvas Proposta de Valor (atividade orientada em grupo)	1
31/03/2026 Semana 06	Apresentação da pesquisa de validação 02 (atividade presencial em grupo)	1
31/03/2026 Semana 06	Quiz 02 (atividade orientada e individual)	1
07/04/2026 Semana 07	Resenha reflexiva 05 (atividade presencial e individual)	1
07/04/2026 Semana 07	Quiz 03 (atividade orientada e individual)	1
14/04/2026 Semana 08	Resenha reflexiva 06 (atividade presencial e individual)	1
14/04/2026 Semana 08	Plano de implementação e teste do MVP (atividade orientada em grupo)	1
14/04/2026 Semana 08	Pesquisa de validação 03 (atividade orientada em grupo)	3
28/04/2026 Semana 09	Prova 01 (avaliação presencial, individual e sem consulta)	25

05/05/2026 Semana 10	Apresentação da pesquisa de validação 03 (atividade presencial em grupo)	1
05/05/2026 Semana 10	Elaboração do Pitch 01 (atividade orientada em grupo)	3
12/05/2026 Semana 11	Apresentação do Pitch 01 (atividade presencial em grupo)	3
12/05/2026 Semana 11	Avaliação do Pitch 01 (atividade presencial individual)	3
19/05/2026 Semana 12	Resenha reflexiva 07 (atividade presencial e individual)	1
19/05/2026 Semana 12	Elaboração do Pitch 02 (atividade orientada em grupo)	3
26/05/2026 Semana 13	Resenha reflexiva 08 (atividade presencial e individual)	1
26/05/2026 Semana 13	Estudo de caso 01 (atividade orientada em grupo)	5
26/05/2026 Semana 13	Estudo de caso 02 (atividade orientada em grupo)	5
02/06/2026 Semana 14	Resenha reflexiva 09 (atividade presencial e individual)	1
02/06/2026 Semana 14	Preenchimento do Canvas Modelo de Negócio (atividade presencial em grupo)	1
09/06/2026 Semana 15	Prova 02 (avaliação presencial, individual e sem consulta)	25
30/06/2026	Exame (avaliação presencial, individual e sem consulta)	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

BLANK, S.; DORF, B. **Startup**: manual do empreendedor. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9^a ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553338](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553338)

LEIFER, L.; LEWRICK, M.; LINK, P. **A Jornada do Design Thinking**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2019. Disponível em: [https://integrada\[minhabiblioteca.com.br/#/books/978855080741](https://integrada[minhabiblioteca.com.br/#/books/978855080741)

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo – Manual do aluno**. Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/\\$File/5696.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/bc0a1b29c05ef9eb60a43c1303b881e8/$File/5696.pdf)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

AMBROSE, G. **Design Thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KEELEY, L. et al. **Dez tipos de inovação**: a disciplina de criação de avanços de ruptura. São Paulo: DVS, 2015.

KNAPP, J. **Sprint**: o método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2017.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation**: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

RIES, E. **O estilo Startup**: como as empresas modernas usam o empreendedorismo para se transformar e crescer. Rio de Janeiro: Leya, 2018.

WEINBERG, Gabriel; MARES, Justin. **Tração**: Domine os 19 canais que uma startup usa para atingir aumento exponencial de sua base de clientes. São Paulo: Editora HSM, 2018.

CALENDÁRIO DIDÁTICO

CRONOGRAMA DETALHADO DAS AULAS

DATA	TEMA DA AULA	METODOLOGIA
24/02/2026 Semana 01	(i) Plano da disciplina; (ii) <i>"Tipos de Empreendedorismo e intraempreendedorismo"</i> ; (iii) <i>"Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo e de Microempreendedores Individuais"</i>	Exposição e aprovação do plano; exposição e debate sobre os temas de aula II e III; Atividade presencial: (i) Quiz 01 e (ii) Resenha reflexiva 01; Atividade orientada: formação de grupo e escolha de mercado e segmento
03/03/2026 Semana 02	(i) <i>"Cliente, problemas e priorização"</i> ; e (ii) <i>"Forças que estimulam ou que impedem a mudança e o consumo"</i>	Exposição e debate sobre os temas de aula I e II; Atividade presencial: Resenha reflexiva 02; Atividade orientada: Pesquisa de validação 01.
10/03/2026 Semana 03	(i) Apresentação de empresário; (ii) Apresentação das pesquisas; e (iii) orientação sobre o projeto	Exposição e debate sobre os temas de aula I, II e III; Atividade presencial: Interação com o empresário convidado e Apresentação da pesquisa de validação 01; Atividade orientada: Preenchimento do Canvas de Resumo das Forças.
17/03/2026 Semana 04	(i) <i>"Formulação das principais hipóteses de solução para os problemas observados"</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 03; Atividade orientada: Pesquisa de validação 02.
24/03/2026 Semana 05	(i) <i>"Criação da proposta de valor e encaixe entre o problema e a solução"</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 04; Atividade orientada: Preenchimento do Canvas Proposta de Valor
31/03/2026 Semana 06	(i) Apresentação de empresário; (ii) Apresentação das pesquisas; e (iii) orientação sobre o projeto	Exposição e debate sobre os temas de aula I, II e III; Atividade presencial: Interação com o empresário convidado e Apresentação da pesquisa de validação 02; Atividade orientada: Quiz 02.
07/04/2026 Semana 07	(i) <i>"Produto Mínimo Viável (Minimum Viable Product) e Protótipo"</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 05; Atividade orientada: Quiz 03
14/04/2026 Semana 08	(i) <i>"Validação do MVP/Protótipo"</i>	Exposição e debate sobre o tema de aula I; Atividade presencial: Resenha reflexiva 06; Atividade orientada: (i) Plano de implementação e teste do MVP e (ii) Pesquisa de validação 03
28/04/2026 Semana 09	Prova 01	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta

05/05/2026 Semana 10	(i) Apresentação de empresário; (ii) Apresentação das pesquisas; (iii) orientação sobre o projeto; (iv) venda da solução (SPIN)	Exposição e debate sobre os temas de aula I, II, III e IV; Atividade presencial: Interação com o empresário convidado e Apresentação da pesquisa de validação 03; Atividade orientada: Elaboração do Pitch 01.
12/05/2026 Semana 11	(i) Apresentação e avaliação de Pitches; (ii) orientação sobre o projeto	Exposição e debate sobre os temas de aula I e II; Atividade presencial: Apresentação e validação de Pitches; Atividade orientada: Pesquisa sobre fontes de financiamentos
19/05/2026 Semana 12	(i) <i>“Principais fontes de financiamento e captação de investimento”</i> ; e (ii) Pitches de investimento	Exposição e debate sobre os temas de aula I e II; Atividade presencial: Resenha reflexiva 07; Atividade orientada: Elaboração do Pitch 02.
26/05/2026 Semana 13	(i) <i>“Modelo de receita”</i> e (ii) <i>“Canais de tração”</i>	Exposição e debate sobre os temas de aula I e II; Atividade presencial: Resenha reflexiva 08; Atividade orientada: estudo de caso 01 e 02
02/06/2026 Semana 14	(i) <i>“Modelo de negócio”</i> ; (ii) e <i>“encaixe entre produto e mercado”</i>	Exposição e debate sobre os temas de aula I e II; Atividade presencial: Resenha reflexiva 09; Atividade orientada: Preenchimento do Canvas Modelo de Negócio
09/06/2026 Semana 15	Prova 02	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta
16/06/2026 Semana 16	Entrega de estudo de caso 01 e 02	Fim do prazo para a entrega da atividade orientada
30/06/2026	Exame	Realização de atividade avaliativa presencial, individual e sem consulta





A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **8500229** e o código CRC **D92EED42**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE SOCIAIS E APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Gestão de Projetos - Noturno - Prof. Guilherme		Código: SAOB14	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>	
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH	
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de Projetos e Administração de Projetos, Incerteza e Complexidade em Projetos, Programa, Projetos e Subprojetos, Projetos e a Estrutura Organizacional, O Gerente de Projetos, Metodologias para a Administração de Projetos, Certificação em Gestão de Projetos, Gestão da Integração em Projetos, Gestão do Escopo e da Qualidade do Projeto, Gestão do Prazo do Projeto, Gestão de Custos do Projeto, Gestão de Riscos do Projeto, Gestão de Aquisições em Projetos, Gestão da Comunicação em Projetos e Gestão de Recursos Humanos do Projeto e Gestão dos Stakeholders de um Projeto.

PROGRAMA

1. Introdução à Administração de Projetos

- Definição de Projeto
- Incerteza na Gestão de Projetos
- Complexidade • Abordagem de Projetos
- Programa, projetos e subprojetos
- Produtos de um Projeto

2. Metodologias em Gestão de Projetos e Certificações em Administração de Projetos

- Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos
- Roteiro prático para a administração de projeto
- Metodologia SCRUM
- Metodologia Prince 2
- Certificações em Gerenciamento de Projetos

3. Gestão da Integração em Projetos

- O ciclo de vida de um projeto
- Processos das áreas de conhecimento de um projeto x fases do ciclo de vida • Elaboração de um charter de um projeto
- O plano de gerenciamento do projeto

4. Gerenciamento de Escopo e da Qualidade em Projetos

- Produto e necessidade
- Clientes
- Apresentando objetivos do Projeto
- Gerenciamento do Escopo
- Estrutura Analítica de Projetos – WBS
- Declaração de escopo de projetos
- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos
- Especificações técnicas e funcionais do produto de um projeto
- Planejamento, Garantia e Controle da Qualidade em Projetos

5. Gerenciamento de Cronograma de um Projeto

- Definição de Atividades
- Estimativa das durações

- Sequenciamento
- Como desenhar um cronograma
- Planejamento de Redes e Caminho Crítico
- Método Pert-CPM

6. Gerenciamento de Custos de um Projeto

- Previsão de recursos e orçamento
- Custo e precificação
- Cronograma físico-financeiro de um Projeto
- Cost base line de um projeto
- Análise do valor agregado

7. Gerenciamento de Riscos em Projetos

- Identificação de Riscos em um Projeto
- Estrutura analítica de riscos
- Análise qualitativa de riscos
- Análise quantitativa de riscos
- Matriz Probabilidade x Impacto
- Planos de Mitigação

8. Gerenciamento de Aquisições em Projetos

- A importância de compras em projetos
- O processo de compras
- Escolha de fornecedores em projetos
- O contrato de aquisições em projetos
- Avaliação de fornecedores/ contratos em projetos

9. Gerenciamento de Stakeholders e da Comunicação em Projetos

- Identificação, planejamento e engajamento das partes interessadas em um projeto
- Planejamento, gerenciamento e controle das comunicações de um projeto

10. Estrutura Organizacional em Projetos

- Organização funcional e a organização do projeto
- Organização da equipe
- Posicionamento da Organização do projeto
- Estruturas para projetos múltiplos
- Responsabilidades e Autoridades

11. Gerenciamento de Equipe em Projetos

- Tipos de equipes
- Fatores críticos de desempenho
- Desafios do trabalho em equipe
- Desenvolvimento da equipe

12. Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos

- Tipos de perfil para o gerente de projetos
- O cargo do gerente de projetos na organização
- Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos
- Certificação em gerenciamento de projetos
- Tipos de autoridade em gestão de projetos
- Competências gerenciais para a administração de projetos

OBJETIVO GERAL

Oferecer o conteúdo necessário para preparar o graduando em Administração para atuar no gerenciamento de projetos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Reconhecer as oportunidades e condições para a proposta de projetos; entender o ambiente de projetos; definir os objetivos e o escopo de projetos; planejar projetos; detalhar os insumos e os produtos de projetos; controlar o andamento de projetos; documentar e comunicar os resultados de projetos; avaliar os resultados de projetos; finalizar e apresentar projetos. Capacitar-se para atuar como Gerente de Projetos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas Expositivas no formato Presencial

Resolução de Exercícios

Análise de Casos

Grupos de Discussão

Repositório de Materiais de Aula na Plataforma Teams

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota final será computada com base nos itens:

-40% Prova - 1 prova individual escritas valendo de 0-100

-40% Trabalho Final em Grupo valendo de 0-100

-20% Seminários, exercícios e outras atividades valendo de 0-100

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

PMI PMBoK. **Um guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos**. 6^a. PMI: Newton Square, Pensilvânia, EUA, 2017

MAXIMINIANO, A. C. A. **Administração de projetos**. São Paulo: Atlas, 5^a. Edição, 2014.

KEZNER, H. **Gerenciamento de Projetos: Uma abordagem sistêmica para o planejamento, programação e controle**. 10^a ed. São Paulo: Blucher, 2015.

CANDIDO, R. Gerenciamento de Projetos. Curitiba: Aymará, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

KERZNER, H. **Project management: a systems approach to planning, scheduling and controlling** – 8. ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 2003.

KERZNER, H. **Gestão de projetos**. São Paulo: Bookman, 2000.

CLEMENTE, A. (org.) **Projetos empresariais e públicos**. São Paulo: Atlas, 1997.

MEREDITH, J. R.; MANTEL, S. J. **Project management: a managerial approach**. New York, Wiley, 2000.

SANTOS, J.A; CARVALHO, H.G. **Referencial brasileiro de competências em gerenciamento de projetos**. Curitiba: ABPG, 2005.

VALERIANO, D. **Gerência em projetos**. Makron, Rio de Janeiro, 1998.

VALERIANO, D. **Gerenciamento estratégico e administração por projetos**. Makron, Rio de Janeiro, 2001.

10.VERZUH, E. **MBA compacto: gestão de projetos**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CRONOGRAMA E PLANO DE AULAS

AULA	DATA PREVISTA	CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	PROGRAMA DETALHADO	METODOLOGIA
1	23/02/2026	Apresentação do programa e do Plano de Aula.	Dinâmica das expectativas e apresentação do docente e dos discentes. Visão geral da disciplina. Compromisso de entregas, dadas das provas bimestrais e sistema de avaliação.	Apresentação do programa, explanação e debate sobre expectativas do curso.

	23/02/2026	Introdução à Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Definição de Projeto - Incerteza na Gestão de Projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
2	02/03/2026	Introdução à Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Complexidade - Abordagem de Projetos - Programa e subprojetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
	02/03/2026	Essencial da Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos - Ciclo de vida do projeto 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
3	09/03/2026	Gerenciamento da Integração em Projetos e Charter em Adm de Projetos	Gerenciamento da Integração e desenvolvimento do charter	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
	09/03/2026	Introdução ao Trabalho 1 – Problema 1	Introdução ao Trabalho – Problema 1	Discussão sobre o problema e preparação para a apresentação.
4	16/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamento do Escopo 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
	16/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
5	23/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamento do Escopo 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
	23/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
6	30/03/2026	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento	<ul style="list-style-type: none"> Definição de Atividades - Sequenciamento 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado</p>

	30/03/2026	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento	<ul style="list-style-type: none"> - Como desenhar um cronograma -Previsão de Recursos e Orçamento - Introdução do Trabalho T2 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
7	06/04/2026	Revisão		
8	13/04/2026	Aplicação Prova P1 e entrega do trabalho T2	Prova P1	
9	20/04/2026	Correção e entrega da P1 Entrega do Resumo do Trabalho Final	Correção e entrega da P1 Entrega do Resumo do Trabalho Final	Discussão dos trabalhos em grupo
10	27/04/2026	Gerenciamento de Custos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Custos em Projetos - Formação do Budget e da linha base de custos - Gerenciamento do Valor Agregado em Projetos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
	27/04/2026	Gerenciamento de Custos em Projetos		
11	04/05/2026	Gerenciamento de Aquisições em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Processos Gerenciamento de Aquisições - Processos compra - Concorrência 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	04/05/2026	Gerenciamento de Aquisições	- Contratos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
12	11/05/2026	Gerenciamento de Riscos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Identificando Riscos - Análise de Riscos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	11/05/2026	Gerenciamento de Riscos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Análise qualitativa de riscos - Análise quantitativa 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.

13	18/05/2026	Estrutura Organizacional em Projetos e Gerenciamento de Equipe em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Organização funcional e a organização do projeto - Organização da equipe - Posicionamento da Organização do projeto - Estruturas para projetos múltiplos - Responsabilidades e Autoridades <p>Tipos de equipes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fatores críticos de desempenho - Desafios do trabalho em equipe - Desenvolvimento da equipe 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado</p>
	18/05/2026	Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de perfil para o gerente de projetos - O cargo do gerente de projetos na organização - Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos -- Certificação em gerenciamento de projetos - Tipos de autoridade em gestão de projetos - Competências gerenciais para a administração de projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado</p>
14	25/05/2026	Entrega e Apresentação dos Trabalhos Finais	Apresentação dos Trabalhos Finais	
15	01/06/2026	Desenvolvimento de Estudos de Casos em Projetos e apresentação das notas finais		
16	29/06/2026	Exame Final		

Plano de Aulas Elaborado em 03/01/2026		
Plano de Aulas Aprovado em ____/____/____		

Observação:



Documento assinado eletronicamente por **GUILHERME FRANCISCO FREDERICO**,
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 05/01/2026, às 08:11, conforme art. 1º, III,
"b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador
8500781 e o código CRC **0F3846A0**.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE SOCIAS APLICADAS

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Gestão de Projetos - Matutino - Prof. Guilherme		Código: SAOB14	
Natureza: <input checked="" type="checkbox"/> Obrigatória <input type="checkbox"/> Optativa		<input checked="" type="checkbox"/> Semestral Modular <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/>	
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: <input checked="" type="checkbox"/> Totalmente Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EAD <input type="checkbox"/> Parcialmente EAD: _____ *CH	
CH Total: 60 CH Semanal: 4 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Conceito de Projetos e Administração de Projetos, Incerteza e Complexidade em Projetos, Programa, Projetos e Subprojetos, Projetos e a Estrutura Organizacional, O Gerente de Projetos, Metodologias para a Administração de Projetos, Certificação em Gestão de Projetos, Gestão da Integração em Projetos, Gestão do Escopo e da Qualidade do Projeto, Gestão do Prazo do Projeto, Gestão de Custos do Projeto, Gestão de Riscos do Projeto, Gestão de Aquisições em Projetos, Gestão da Comunicação em Projetos e Gestão de Recursos Humanos do Projeto e Gestão dos Stakeholders de um Projeto.

PROGRAMA

1. Introdução à Administração de Projetos

- Definição de Projeto
- Incerteza na Gestão de Projetos
- Complexidade • Abordagem de Projetos
- Programa, projetos e subprojetos
- Produtos de um Projeto

2. Metodologias em Gestão de Projetos e Certificações em Administração de Projetos

- Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos
- Roteiro prático para a administração de projeto
- Metodologia SCRUM
- Metodologia Prince 2
- Certificações em Gerenciamento de Projetos

3. Gestão da Integração em Projetos

- O ciclo de vida de um projeto
- Processos das áreas de conhecimento de um projeto x fases do ciclo de vida • Elaboração de um charter de um projeto
- O plano de gerenciamento do projeto

4. Gerenciamento de Escopo e da Qualidade em Projetos

- Produto e necessidade
- Clientes
- Apresentando objetivos do Projeto
- Gerenciamento do Escopo
- Estrutura Analítica de Projetos – WBS
- Declaração de escopo de projetos
- Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos
- Especificações técnicas e funcionais do produto de um projeto
- Planejamento, Garantia e Controle da Qualidade em Projetos

5. Gerenciamento de Cronograma de um Projeto

- Definição de Atividades
- Estimativa das durações

- Sequenciamento
- Como desenhar um cronograma
- Planejamento de Redes e Caminho Crítico
- Método Pert-CPM

6. Gerenciamento de Custos de um Projeto

- Previsão de recursos e orçamento
- Custo e precificação
- Cronograma físico-financeiro de um Projeto
- Cost base line de um projeto
- Análise do valor agregado

7. Gerenciamento de Riscos em Projetos

- Identificação de Riscos em um Projeto
- Estrutura analítica de riscos
- Análise qualitativa de riscos
- Análise quantitativa de riscos
- Matriz Probabilidade x Impacto
- Planos de Mitigação

8. Gerenciamento de Aquisições em Projetos

- A importância de compras em projetos
- O processo de compras
- Escolha de fornecedores em projetos
- O contrato de aquisições em projetos
- Avaliação de fornecedores/ contratos em projetos

9. Gerenciamento de Stakeholders e da Comunicação em Projetos

- Identificação, planejamento e engajamento das partes interessadas em um projeto
- Planejamento, gerenciamento e controle das comunicações de um projeto

10. Estrutura Organizacional em Projetos

- Organização funcional e a organização do projeto
- Organização da equipe
- Posicionamento da Organização do projeto
- Estruturas para projetos múltiplos
- Responsabilidades e Autoridades

11. Gerenciamento de Equipe em Projetos

- Tipos de equipes
- Fatores críticos de desempenho
- Desafios do trabalho em equipe
- Desenvolvimento da equipe

12. Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos

- Tipos de perfil para o gerente de projetos
- O cargo do gerente de projetos na organização
- Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos
- Certificação em gerenciamento de projetos
- Tipos de autoridade em gestão de projetos
- Competências gerenciais para a administração de projetos

OBJETIVO GERAL

Oferecer o conteúdo necessário para preparar o graduando em Administração para atuar no gerenciamento de projetos.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Reconhecer as oportunidades e condições para a proposta de projetos; entender o ambiente de projetos; definir os objetivos e o escopo de projetos; planejar projetos; detalhar os insumos e os produtos de projetos; controlar o andamento de projetos; documentar e comunicar os resultados de projetos; avaliar os resultados de projetos; finalizar e apresentar projetos. Capacitar-se para atuar como Gerente de Projetos.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Aulas Expositivas no formato Presencial

Resolução de Exercícios

Análise de Casos

Grupos de Discussão

Repositório de Materiais de Aula na Plataforma Teams

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota final será computada com base nos itens:

-40% Prova - 1 prova individual escritas valendo de 0-100

-40% Trabalho Final em Grupo valendo de 0-100

-20% Seminários, exercícios e outras atividades valendo de 0-100

A média semestral do aluno resultará do somatório das atividades individuais e em equipe, e da nota da prova. Se a nota final for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69, o aluno deverá fazer o Exame Final. Se estiver abaixo de 50 (mesmo após o Exame Final) o aluno estará reprovado. A aprovação é condicionada também à frequência igual ou superior a 75% da carga horária da disciplina (60h).

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

PMI PMBoK. **Um guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos**. 6^a. PMI: Newton Square, Pensilvânia, EUA, 2017

MAXIMINIANO, A. C. A. **Administração de projetos**. São Paulo: Atlas, 5^a. Edição, 2014.

KEZNER, H. **Gerenciamento de Projetos: Uma abordagem sistêmica para o planejamento, programação e controle**. 10^a ed. São Paulo: Blucher, 2015.

CANDIDO, R. Gerenciamento de Projetos. Curitiba: Aymará, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

KERZNER, H. **Project management: a systems approach to planning, scheduling and controlling** – 8. ed. New York: Van Nostrand Reinhold, 2003.

KERZNER, H. **Gestão de projetos**. São Paulo: Bookman, 2000.

CLEMENTE, A. (org.) **Projetos empresariais e públicos**. São Paulo: Atlas, 1997.

MEREDITH, J. R.; MANTEL, S. J. **Project management: a managerial approach**. New York, Wiley, 2000.

SANTOS, J.A; CARVALHO, H.G. **Referencial brasileiro de competências em gerenciamento de projetos**. Curitiba: ABPG, 2005.

VALERIANO, D. **Gerência em projetos**. Makron, Rio de Janeiro, 1998.

VALERIANO, D. **Gerenciamento estratégico e administração por projetos**. Makron, Rio de Janeiro, 2001.

10.VERZUH, E. **MBA compacto: gestão de projetos**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CRONOGRAMA E PLANO DE AULAS

AULA	DATA PREVISTA	CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	PROGRAMA DETALHADO	METODOLOGIA
1	26/02/2026	Apresentação do programa e do Plano de Aula.	Dinâmica das expectativas e apresentação do docente e dos discentes. Visão geral da disciplina. Compromisso de entregas, dadas das provas bimestrais e sistema de avaliação.	Apresentação do programa, explanação e debate sobre expectativas do curso.

	26/02/2026	Introdução à Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Definição de Projeto - Incerteza na Gestão de Projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
2	05/03/2026	Introdução à Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Complexidade - Abordagem de Projetos - Programa e subprojetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
	05/03/2026	Essencial da Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Estrutura do PMBOK e processo de Administração de Projetos - Ciclo de vida do projeto 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
3	12/03/2026	Gerenciamento da Integração em Projetos e Charter em Adm de Projetos	Gerenciamento da Integração e desenvolvimento do charter	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
	12/03/2026	Introdução ao Trabalho 1 – Problema 1	Introdução ao Trabalho – Problema 1	Discussão sobre o problema e preparação para a apresentação.
4	19/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamento do Escopo 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
	19/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
5	26/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamento do Escopo 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
	26/03/2026	Definição do Produto na Administração de Projeto	<ul style="list-style-type: none"> - Gerenciamento da Qualidade na Administração de Projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado.</p>
6	02/04/2026	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento	<ul style="list-style-type: none"> Definição de Atividades - Sequenciamento 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado</p>

	02/04/2026	Gerenciamento de Cronograma e Orçamento	<ul style="list-style-type: none"> - Como desenhar um cronograma -Previsão de Recursos e Orçamento - Introdução do Trabalho T2 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
7	09/04/2026	Aplicação Prova P1 e entrega do trabalho T2	Prova P1	
8	16/04/2026	Correção e entrega da P1 Entrega do Resumo do Trabalho Final	Correção e entrega da P1 Entrega do Resumo do Trabalho Final	Discussão dos trabalhos em grupo
9	23/04/2026	Gerenciamento de Custos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Custos em Projetos - Formação do Budget e da linha base de custos - Gerenciamento do Valor Agregado em Projetos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado
	23/04/2026	Gerenciamento de Custos em Projetos		
10	30/04/2026	Gerenciamento de Aquisições em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Processos Gerenciamento de Aquisições - Processos compra - Concorrência 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	30/04/2026	Gerenciamento de Aquisições	- Contratos	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
11	07/05/2026	Gerenciamento de Riscos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Identificando Riscos - Análise de Riscos 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.
	07/05/2026	Gerenciamento de Riscos em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Análise qualitativa de riscos - Análise quantitativa 	Apresentação do conteúdo em power point. Discussões em aula sobre o material apresentado.

12	14/05/2026	Estrutura Organizacional em Projetos e Gerenciamento de Equipe em Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Organização funcional e a organização do projeto - Organização da equipe - Posicionamento da Organização do projeto - Estruturas para projetos múltiplos - Responsabilidades e Autoridades Tipos de equipes - Fatores críticos de desempenho - Desafios do trabalho em equipe - Desenvolvimento da equipe 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado</p>
	14/05/2026	Papel do Gerente de Projetos, Autoridade e Competência em Administração de Projetos	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de perfil para o gerente de projetos - O cargo do gerente de projetos na organização - Responsabilidades e Papéis do Gerente de Projetos -- Certificação em gerenciamento de projetos - Tipos de autoridade em gestão de projetos - Competências gerenciais para a administração de projetos 	<p>Apresentação do conteúdo em power point.</p> <p>Discussões em aula sobre o material apresentado</p>
13	21/05/2026	Aula de Casos		
14	28/05/2026	Entrega e Apresentação dos Trabalhos Finais		
15	11/06/2026	Fechamento e Apresentação das notas finais		
16	02/07/2026	Exame Final		

Plano de Aulas Elaborado em 03/01/2026

Plano de Aulas Aprovado em ___/___/___

Observação:



Documento assinado eletronicamente por **GUILHERME FRANCISCO FREDERICO**,
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR, em 05/01/2026, às 08:12, conforme art. 1º, III,
"b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador
8500803 e o código CRC **CAF97464**.



DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO E SERVIÇOS/GESTÃO DE SERVIÇOS

CÓDIGO: SA-075/SAOP21 C.H. 60 horas
CURSO: ADMINISTRAÇÃO CRÉDITOS: 4

PROGRAMA

1 - OBJETIVO

Apresentar os aspectos específicos da administração mercadológica de empreendimentos varejistas e de serviços, contextualizando a teoria e a prática do marketing através de abordagens mais aprofundadas nestes segmentos.

2 - EMENTA

Evolução e formatos do varejo, sistema de informação de marketing no varejo, segmentação e posicionamento no varejo. Decisões do composto de marketing no varejo. Características e classificação dos serviços. O processo dos serviços. Marketing de relacionamento e endomarketing. Estratégias de serviços. Decisões do composto de marketing nos serviços.

3 - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Evolução do varejo
2. Formatos e classificações do varejo
3. Sistema de informação de marketing no varejo
4. Segmentação e posicionamento mercadológico no varejo
5. Decisões de administração de produtos, política de preços, localização e ambientação, composto promocional no varejo.
6. Características e classificações dos serviços
7. O processo de prestação de serviços e Endomarketing
8. Marketing de relacionamento
9. Estratégias de posicionamento de serviços
10. Decisões de sistemas de entrega, de preços e de promoção de serviços.

4 - AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

A avaliação dos alunos será feita em função de provas individuais bimestrais, trabalhos extraclasse (Trabalhos em grupo, individuais e Análise de Casos), participação nos trabalhos desenvolvidos em sala e assiduidade. A forma de pontuação se dará da seguinte forma:

1. Análise de área de Influência do varejo físico: 20%
2. Análise de posicionamento e participação de mercado: 10%
3. Apresentação de Tema de Varejo: 10%
4. Design de Serviços: 20%
5. 1^a Prova Semestral: 25%
6. 2^a Prova Semestral: 15%

5 - BIBLIOGRAFIA

Bibliografia básica de leitura obrigatória:

- Parente, Juracy. Barky, Edgar. **Varejo no Brasil** , atlas , 2014.
Zeithaml, Valerie; Bitner, M.J. **Marketing de Serviços**, Bookman, 2014.

Referências bibliográficas adicionais:

- Albrecht, K. **A única coisa que importa**. Pioneira, 1995.
Albrecht, K. **Revolução nos serviços**. Pioneira, 1992.
Albrecht, K. **Service within**. Irwin, 1990.
Albrecht, K.; Bradford, L.J. **Serviços com qualidade**. Makron, 1992.
Anderson , Carol H. **Retailing : concepts, strategy and information** . West Publishing co., 1993.
Anderson, K.; Zenke, R. **Fornecendo um super serviço ao cliente**. Campus, 1995.
Angelo , Claudio f. De e Silveira ,J.A.G. série – **Varejo Competitivo** , Atlas , 1993 a 2004.
Bateson, J.E.G. **Marketing de Serviços**. Dryden Press, 2001.
Bekin, S. F. **Conversando sobre o Endomarketing**. Makron, 1995.
Berry, L.L. **Serviços de Satisfação Máxima**, Atlas, 2000.
Berry, L.L., Parasuraman, A., **Serviços de marketing**. Maltese - Norma, 1992
Brum, A.M. **Endomarketing como estratégia de gestão**, L&PM, 1998
Carlson, J. **A Hora da Verdade**, COP, 1994
Cerqueira, W. **Endomarketing - Educação e Cultura para a Qualidade**. Qualitymark, 1994.
Churchill Jr, G.A. Peter , J.P. **Marketing : Criando Valor Para O Cliente**. Saraiva, 2000.
Cobra, M. **Marketing de serviços**. Editora Cobra, 2001.
Congram, C. et ell. Achieving Internal Integration in Service Organizations: Five Propositions. **The Service Challenge : Integrating for Competitive Advantage**. AMA, 1994.
Fitzsimmons, J. **Administração de Operações de Serviços**, Bookman, 2001.
Gianesi, I.N.; Correa, H.L.; **Administração estratégica de serviços**. Atlas, 1994.
Gordon , Ian. **Marketing De Relacionamento**, Futura , 1999.
Grönroos, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**. Campus, 2003.
Heskett, J. **Lessons in the Service Sector**, HBR, abril, 1987.
Heskett, J.L.; Sasser, W.E.; Hart, C.W. **Serviços revolucionários**. Pioneira, 1994.
Kotler , Philip. **Administração De Marketing**. Prentice Hall, 2000 .
Kotler, P. **Administração de marketing**. Atlas, 1998.
Kotler. P.; Bloom, P.N. **Marketing para serviços profissionais**. Atlas, 1990.
Las Casas, A.L. **Marketing de serviços**, Atlas, 2000.
Layne, A ., et all. **Relationship Marketing for Competitive Advantage**. Butterworth, 1995.
Lovelock, C.H. Wright, E. **Princípios de Marketing de Serviços**. Bookman, 2001.
Mattar. F.N. **Administração de Varejo**. Campus, 2011
Mason , J.B. ; Mayer M. L. E Wilkinson , **Modern Retailing : Theory And Practice**, Irwin , 1993.
McGoldrick, Peter . J. **Retail Marketing**, McGraw Hill , 1990.
Morgenstein And Strongin . **Modern Retailing : Management , Principles**. Prentice Hall , 1992.
Normann, R. **Administração de Serviços**, Atlas, 1993
Revue Française du Marketing. L'Association Nationale du Marketing, 1988.
Schostack, G. **Designing Services that Deliver**, HBR, janeiro, 1984
Tschohl, J.; **A satisfação do cliente**. Makron, 1995.
Vavra, T. **Marketing de Relacionamento**. Atlas, 2002.

PLANO DE AULA

Semana	Data	Tópico	Leitura	Apresentações/Casos Datas definidas com turma na aula de apresentação
1	26/02	Apresentação	Capítulo 1 – Parente	-
		Evolução do Varejo		
2	05/03	Formatos do Varejo	Capítulo 1 – Parente	-
3	12/03	Localização e Ambiente e Composto Promocional	Capítulos 10 e 11 – Parente Capítulo 8 – Parente	-
4	19/03	Gestão de Categorias de Produtos	Capítulo 5 – Parente	Case Gerenciamento Categorias
5	23/03	Gestão de Categorias de Produtos	Capítulo 5 – Parente	Apresentação Área de Influência
6	02/04	Política de Preços	Capítulo 7 – Parente	-
7	09/04	1ª AVALIAÇÃO SEMESTRAL		
8	16/04	Características e Classificações de Serviços	Capítulo 1 – Z&B	
9	23/04	A Estratégia de Serviços	Capítulo 14 e 15 – Z&B	
10	30/04	O Processo de Prestação de Serviços	Capítulo 11 e 12 – Z&B	-
11	07/05	O Processo de Prestação de Serviços	Capítulo 11 e 12 – Z&B	Apresentação Seminário Semestral
12	14/05	Experiência e o Design de Serviços	Capítulo 8, 9 e 10 – Z&B	Apresentação Seminário Semestral
13	21/05	Experiência e o Design de Serviços	Capítulo 8, 9 e 10 – Z&B	Desenvolvimento Design de Serviços
14	28/05	Gestão da Qualidade e Relacionamento em Serviços	Capítulos 2, 3, 4 e 6 –Z&B	Apresentação Projeto de Serviços
15	02/06	2ª AVALIAÇÃO SEMESTRAL		
	02/07	EXAME FINAL		



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE Ciências Sociais Aplicadas

Coordenação do Curso de ou Departamento de
Administração

Ficha 2 (variável)

Disciplina: SIMULAÇÃO EMPRESARIAL EM GESTÃO DE PESSOAS		Código: SAOP42EAD		
Natureza: (<input type="checkbox"/>) Obrigatória (<input checked="" type="checkbox"/>) Optativa		(<input checked="" type="checkbox"/>) Semestral Modular (<input type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>)		
Pré-requisito:	Co-requisito:	Modalidade: (<input type="checkbox"/>) Totalmente Presencial (<input type="checkbox"/>) Totalmente EAD (<input checked="" type="checkbox"/>) Parcialmente EAD: 48 *CH		
CH Total: 60 CH Semanal: 04 Prática como Componente Curricular (PCC): Atividade Curricular de Extensão (ACE):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	
	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

Simulações de realidades empresariais e competitividade. A importância da gestão de pessoas e do alinhamento estratégico com as demais áreas funcionais. Tomada de decisões em ambientes competitivos.

PROGRAMA

1. O que é a Simulação Empresarial;
2. Usos e Benefício da Simulação Empresarial
3. Estruturação da Empresa em um Simulador Empresarial
4. Simulações na Prática
5. Análise Integrada dos Resultados
6. Lições Aprendidas e Aplicações Práticas

OBJETIVO GERAL

Esta disciplina trabalha, de forma prática, a formulação, implementação e avaliação de estratégias **empresariais**, bem como treina a **tomada de decisão dos participantes em um ambiente dinâmico e competitivo**, semelhante ao vivido pelas organizações de hoje. Busca ainda tratar assuntos como resolução de conflitos; liderança; trabalho em equipe; pensamento sistêmico; visão holística; capacidade administrativa; gestão de informações; entre outros. O simulador envolve todas as áreas da empresa (R.H.; Marketing; Finanças; Produção, Gestão da Informação e outros aspectos complementares, como bolsa de valores).

OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Compreender os conceitos de gestão de pessoas na prática
2. Tomar decisões estratégicas e táticas
3. Estruturação da Empresa em um Simulador Empresarial
4. Analisar relatórios e construir uma análise **integrada** dos Resultados
6. Identificar o papel da tecnologia na **Gestão** de Pessoas.

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

Esta disciplina ocorrerá com o auxílio de um simulador empresarial, onde parte será realizada no simulador e o restante através de casos e exercícios baseados na empresa que está sendo simulada

A presença será computada com base na entrega das atividades **propostas** para cada aula.

Caso o aluno deixe de entregar a atividade do dia, serão computadas 03 faltas.

Cronograma das atividades

DATA	MODALIDADE	ATIVIDADE
25/02/2026	PRESENCIAL	Divisão das Equipes - Leitura do Manual do Simulador
04/03/2026	PRESENCIAL	Planejamento Estratégico do Negócio e Senhas
11/03/2026	EAD	Decisão do primeiro período
18/03/2026	EAD	Decisão da segunda rodada * Atendimento das 18:30 às 19:30h no Teams.
25/03/2026	EAD	Decisão da terceira rodada
01/04/2026	EAD	Decisão de duas rodadas (04 e 05) sendo às 19h e 23h59.
08/04/2026	EAD	Decisão sexta rodada
15/04/2026	EAD	Decisão sétima rodada
22/04/2026	PRESENCIAL	Apresentação Resultados e Entrega Senhas IB
29/04/2026	EAD	Decisão primeira rodada
06/05/2026	EAD	Decisão de duas rodadas (02 e 03), às 19h e 23h59.
13/05/2026	EAD	Decisão de duas rodadas (04 e 05), às 19h e 23h59.
20/05/2026	EAD	Decisão sexta rodada
27/05/2026	EAD	Decisão sétima rodada
03/06/2026	PRESENCIAL	Apresentação Resultados e Encerramento da Disciplina

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Os alunos serão avaliados da seguinte forma:

- Decisões no simulador (20)
- Apresentação dos Resultados (15)
- Relatório Individual (15)
- Decisão no simulador de International Business (20)
- Apresentação dos Resultados (15)
- Relatório Individual (15)

Nota final será resultado da soma das atividades acima descritas

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

ABIB, G. **Manual do Simulador Estratégico Industrial** – OGG IND. 5^a edição. Curitiba: OGG, 2024.

ALVES, Paulo Vicente. Jogos e simulações de empresas. **Rio de Janeiro: RJ: Alta Books** , 2015.

WILHELM, Pedro Paulo Hugo. **Jogos de Empresas: uma nova perspectiva de aproveitamento e uso no ensino e pesquisa**. Editora Dialética, 2020.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

ABIB, G. **Manual do Simulador Estratégico Industrial** – OGG IND. 5^a edição. Curitiba: OGG, 2024.

ALVES, Paulo Vicente. Jogos e simulações de empresas. **Rio de Janeiro: RJ: Alta Books** , 2015.

WILHELM, Pedro Paulo Hugo. **Jogos de Empresas: uma nova perspectiva de aproveitamento e uso no ensino e pesquisa**. Editora Dialética, 2020.



Documento assinado eletronicamente por **GUSTAVO ABIB, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 07/01/2026, às 08:44, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador 8504220 e o código CRC B48F7590.

Ficha 2

Disciplina: Laboratório Extensionista – Gestão de Carreira para Lideranças	Código: SAOP58
Vinculado ao Projeto de Extensão: Carreira e Bem-estar ao Longo do Ciclo de Vida	
Professor: Bruno Eduardo Slongo Garcia	
Pré-requisito e Co-requisito: Não	Modalidade: Presencial
CH Total: 60h CH semanal: 4h Terças e quintas-feiras das 17h às 19h Padrão (PD): 45h total/3h semana Orientada (OR): 15h total/1h semana	
EMENTA Liderança no mundo contemporâneo. Desenvolvimento de líderes. O fator humano nas organizações. Comunicação e <i>feedback</i> . Competências para a liderança. Planejamento de carreira.	
PROGRAMA <ol style="list-style-type: none">1. Carreira e mercado de trabalho2. Autoconhecimento3. Competências4. Inteligência emocional5. Comunicação organizacional	
OBJETIVO GERAL Compreender o processo de desenvolvimento de lideranças, considerando gestão de carreira, desenvolvimento de competências e autoconhecimento.	
OBJETIVO ESPECÍFICO <ol style="list-style-type: none">1. Compreender o conceito de carreira e seus desdobramentos.2. Investigar a formação de líderes no contexto contemporâneo.3. Apresentar as <i>softs</i> e <i>hard skills</i> aplicadas a liderança.4. Apresentar práticas de autoconhecimento e inteligência emocional.	
PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS Para o bom andamento da disciplina é fundamental a leitura prévia disponibilizada pelo professor, com a elaboração de questionamentos e levantamento de pontos de discussão para as aulas presenciais. <u>Serão 4 encontros presenciais com aula expositiva e atividades de fixação.</u> Nas <u>aulas presenciais</u> , a disciplina será desenvolvida sob duas abordagens, a saber:	
-Aulas expositivo-dialogadas: Serão apresentados, pelo professor, os conteúdos curriculares teóricos com base em casos reais. Nessas aulas poderão ocorrer palestras e <i>workshops</i> com convidados externos.	
-Aulas práticas: Os estudantes participarão de atividades práticas que envolvem estudos de caso, seminários e discussões em grupo a respeito do conteúdo teórico.	
Serão utilizados os seguintes recursos: quadro de giz, notebook e projetor multimídia.	

Na carga horária **destinada ao projeto** os estudantes deverão conduzir as atividades propostas, cumprindo com as datas de entrega definidas pelo professor.

Projeto extensionista:

O projeto consiste em identificar o líder que queremos ser, considerando as referencias que temos no nosso dia a dia e a necessidade de desenvolver competências.

O projeto de extensão será executado em 4 etapas, entrevistas, análise de conteúdo das entrevistas, composição do "líder que eu quero ser" e relatório final para divulgação.

Etapa 1: Entrevistas

Os estudantes deverão escolher, no mínimo, 3 líderes que consideram que se destacam.

- a) um líder em uma empresa privada/pública
- b) um líder comunitário (ONG, Associação, comunidades, etc)
- c) um líder do círculo familiar, afetivo ou acadêmico

Para cada líder o estudante deverá produzir um roteiro (a ser validado pelo professor) e conduzir uma entrevista e gravá-la em áudio ou vídeo (com consentimento). A entrevista deverá compreender a trajetória até a liderança, competências, desafios e o conceito de líder.

Etapa 2: Análise de conteúdo

Após as entrevistas, deverá transcrever o conteúdo e analisá-lo de acordo com a técnica "análise de conteúdo" a ser explicada pelo professor.

Etapa 3: Composição do líder ideal

Nessa etapa, os estudantes farão o mapa de carreira, buscando compreender que líder querem ser, quais competências possuem e devem desenvolver e possíveis etapas a serem conduzidas para se desenvolver como líderes.

Etapa 4: Relatório final

Os estudantes apresentarão um relatório final. O modelo será disponibilizado pelo professor.

Cronograma dos Encontros

Nº	Data	Conteúdo	Leitura	Atividade (OR)			
1	24/fev	Apresentação da disciplina e Carreira, trabalho e liderança no mundo contemporâneo	Hall, D. T. (2004). The protean career: A quarter-century journey. <i>Journal of Vocational Behavior</i> , 65(1), 1-13.	Atividade presencial e no Microsoft Teams			
2	26/fev	Autoconhecimento, propósito e projeto de carreira	Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In <i>Career development and counseling</i> .	Atividade presencial e no Microsoft Teams			
3	03/març	Liderança, influência e desenvolvimento de pessoas	Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership. <i>The Leadership Quarterly</i> , 17(6), 595-616.	Atividade presencial e no Microsoft Teams			
4	05/març	Carreira, comunidade e impacto social	Blustein, D. L. (2013). <i>The Psychology of Working</i> . Oxford University Press.	Atividade presencial e no Microsoft Teams			
5	24/março – Entrega do líder que será entrevista e do roteiro de entrevista via teams.						
6	31/março: execução do projeto						
7	07/abril: oficina de análise de conteúdo (online)						
8	14/abril: execução do projeto						
9	28/abr	Palestra online com especialista em carreiras de líderes					
10	05/mai: execução do projeto						
11	12/maio: execução do projeto						
12	19/mai	Palestra online com especialista em carreiras de líderes					
13	26/mai: execução do projeto						
14	02/jun: execução do projeto						



15	09/jun	Entrega e Apresentação dos resultados do projeto para o professor
16	30/jun	Exame final
FORMAS DE AVALIAÇÃO		
Os estudantes serão avaliados da seguinte maneira:		
Nota de 0 a 100, distribuída da seguinte maneira: -30% participação e entrega das atividades nas aulas presenciais -70% desempenho no projeto extensionista		
Média final: N1B/N2B*		
Aprovação: Média final \geq 70 Exame: Média final de 40 a 69 pontos Reprovação: Média final < 40		
*Nota 1º Bimestre/Nota 2º Bimestre		
BIBLIOGRAFIA BÁSICA		
Blustein, D. L. (2013). <i>The Psychology of Working</i> . Oxford University Press. Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership. <i>The Leadership Quarterly</i> , 17(6), 595–616. Hall, D. T. (2004). The protean career: A quarter-century journey. <i>Journal of Vocational Behavior</i> , 65(1), 1–13. Ibarra, H. (2003). <i>Working Identity</i> . Harvard Business School Press. Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In <i>Career development and counseling</i> .		



Ficha 2 (variável)

Disciplina: Mercado de Capitais EaD (sábado)		Código: SAOP37EAD				
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa	(X) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular					
Pré-requisito: N/A	Co- requisito: N/A	Modalidade: <input type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD <input checked="" type="checkbox"/> CH em EaD: 80%				
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0

EMENTA (Unidade Didática)

Introdução ao Sistema Financeiro Nacional e ao Mercado de Capitais. Títulos do Mercado de Capitais – tipos, conceitos e diferenciação. Mercados Organizados e de balcão. Métodos de análise de investimentos em ações – análise técnica e fundamentalista.

Justificativa para a oferta a distância

A disciplina de Mercado de Capitais é uma disciplina conceitual, que trata da compreensão dos fundamentos de Mercado Financeiro e de Capitais, ambiente econômico, regulatório e riscos envolvidos. É uma disciplina que permite a visualização da aplicação prática de tais conceitos, por meio de casos de ensino e discussões de reportagens jornalísticas. Ressalta-se também o vasto conteúdo disponível publicamente para ser utilizado, destacando-se os sítios de *internet* do Banco Central do Brasil, Comissão de Valores Mobiliários, B3 (Bolsa de Valores). Existe grande interesse por parte das Entidades citadas na divulgação do tema no ambiente acadêmico, inclusive as mesmas proporcionam conteúdo educacional com o objetivo de formar profissionais e consequentemente desenvolver o mercado financeiro do Brasil. A oferta dessa disciplina na modalidade de EAD incentivará o aluno a buscar a concretização dos conceitos apresentados; exercitar a sua autonomia didática; além de poder gerenciar o seu tempo e ter a disposição recursos e tecnologias educacionais distintas que poderão possibilitar o seu aprendizado, respeitando as diversas formas de aprendizagem. Assim, o aluno será colocado no centro do processo, sendo protagonista da sua aprendizagem.

PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

1. Sistema Financeiro Nacional
 - 1.1 Estrutura
 - 1.2 Sistema normativo
 - 1.3 Sistema de intermediação
 - 1.4 Mercado de capitais
 2. Títulos do Mercado de Capitais
 - 2.1 Conceitos
 - 2.2 Tipos
 - 2.2 Características
 3. Mercados Organizados de Ações
 - 3.1 As Bolsas
 - 3.2 Tipos de Ordens
 - 3.3 Modalidades Operacionais
 4. Mercados Derivativos e a BM&F
 - 4.1 Conceito de derivativos
 - 4.2 Mercado de Opções
 - 4.3 Mercado de Futuros
 5. Análise de investimento em Ações
 - 5.1 Análise Técnica
 - 5.2 Análise Fundamentalista

6. Principais Mercados Financeiros Internacionais

Unidade	Data	Conteúdo Programático	Presencial/EAD
1	28/02/2026	Ambientação Turma no Ambiente Virtual (Teams)	EAD
2	07/03/2026	Apresentação da Disciplina	Presencial
3	14/03/2026	Introdução ao Mercado Financeiro e de Capitais	EAD
4	21/03/2026	Ambiente Econômico	EAD
5	28/03/2026	Sistema Financeiro Nacional	EAD
6	11/04/2026	Operações em Bolsas de Valores/ Ações	EAD
7	18/04/2026	Índices das Bolsas de Valores/IPO e OPA	EAD
8	25/04/2026	Revisão para a prova	EAD
9	09/05/2026	Prova	Presencial
10	16/05/2026	Análise de investimento em Ações (Parte 1) (Análise Fundamentalista)	EAD
11	23/05/2026	Análise de investimento em Ações (Parte 2) (Análise Fundamentalista/Introdução à Análise Técnica)	EAD
12	30/05/2026	Mercados Derivativos e o Segmento de derivativos da B3 (antiga BM&F)	EAD
13	06/06/2026	Principais Mercados Financeiros Internacionais	EAD
14	13/06/2026	Revisão para a prova	EAD
15	20/06/2026	Prova	Presencial
	04/07/2026	Exame final	

Procedimentos didáticos para o momento à distância:

a. Sistema de Comunicação:

No ambiente educacional, o Microsoft Teams se destaca como uma plataforma robusta para comunicação entre professores e alunos, oferecendo recursos que promovem interação, organização e colaboração. Entre suas principais ferramentas estão:

1. Publicações (Posts): espaço dedicado à troca de mensagens, avisos e discussões, permitindo comunicação direta e organizada entre os participantes da turma.
2. Reuniões e Aulas ao Vivo: recurso para realização de aulas síncronas com suporte a vídeo, áudio, compartilhamento de tela e gravação, além da possibilidade de dividir os alunos em grupos de trabalho.
3. Canais Temáticos: permitem segmentar a equipe por assuntos ou atividades, facilitando o acesso a conteúdos específicos e mantendo a organização da turma.
4. Compartilhamento de Arquivos: possibilita o envio e a edição colaborativa de documentos,

apresentações e outros materiais didáticos diretamente na plataforma.

5. Bloco de Anotações de Classe (Class Notebook): ferramenta baseada no OneNote que oferece espaços individuais, colaborativos e de conteúdo, promovendo o acompanhamento e o desenvolvimento das atividades dos alunos.

6. Insights: fornece dados sobre o engajamento dos alunos, como participação em reuniões e visualização de materiais, auxiliando o professor na gestão pedagógica da turma.

b. Material didático específico:

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Roteiro de estudo : em cada unidade didática será fornecido roteiro de estudo.

2. Videoaulas: serão produzidas pelo professor a fim de proporcionar um panorama geral acerca de cada tema estudado.

3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.

4. Artigos acadêmicos.

5. Livros da bibliografia básica e complementar: que poderão ser acessados gratuitamente no Site da Comissão de Valores Mobiliários (programa educacional da CVM) ou na biblioteca da Universidade.

c. Formas de avaliação:

A avaliação dos alunos será composta por atividades à distância e prova presencial:

- Distância (50% da nota): atividade de resolução de questões sobre o conteúdo da aula e/ou execução de atividades relacionadas ao tema como por exemplo: mapas mentais, position paper. A cada aula os alunos terão questões abertas e/ou objetivas para serem resolvidas ou atividades a serem executadas sobre o tema. O objetivo é avaliar o conhecimento dos alunos sobre o conteúdo e dar apoio àqueles que se encontrarem em dificuldades para compreensão e/ou de proporcionar o desenvolvimento do aprendizado por meio da atividade. A nota será proporcional ao número de acertos das questões ou pela avaliação da qualidade das atividades entregues mediante a existência de requisitos claramente estabelecidos, e:
- Presencial: provas escritas (50% da nota). Os alunos realizarão provas escritas contendo questões abertas e/ou objetivas sobre os conteúdos. A nota será proporcional ao número de acertos das questões.

Se houver atraso de entrega de atividade, haverá desconto de pontos da atividade, conforme segue:

Até 4 dias de atraso: máximo de 90 pontos de 100.

De 5 a 8 dias de atraso: máximo de 80 pontos de 100.

Mais de 8 dias de atraso até 15 dias: máximo de 70 pontos de 100.

Mais de 15 dias de atraso (até no máximo a data da última Prova Bimestral): máximo de 50 pontos de 100.

A média semestral do aluno será a $(\text{média dos trabalhos} + \text{média das notas das provas})/2$ (divididas por dois). Se a nota for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer o Exame Final, se for inferior a 40 o aluno estará reprovado, mesmo após a realização do exame final.

A aprovação é condicionada também a uma frequência igual ou superior a 75%.

d. Identificação do controle de frequência das atividades:

Na modalidade EAD o controle de frequência é aferido pela resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, cada aula à distância contará com atividades específicas a serem desenvolvidas pelos alunos, e consequentemente, cada atividade terá uma carga horária de frequência. Vale ressaltar que apenas o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência. Também haverá controle de frequência nos momentos presenciais.

e. Modelo de tutoria a distância e presencial:

A tutoria será realizada pelo professor, de forma virtual e presencial (de acordo com o cronograma da disciplina). Conforme a normatização da UFPR, o professor-tutor deverá realizar capacitação em EaD ou

ter experiência comprovada para atuar em programas de EaD e destinar carga horária específica para os momentos presenciais e para os momentos a distância.

f. Atribuições do professor-tutor:

Desenvolver, aplicar e acompanhar as atividades discentes, conforme o cronograma do curso; manter regularidade de acesso ao ambiente de aprendizagem virtual e dar retorno às solicitações do cursista no prazo máximo de 24 horas; estabelecer contato permanente com os alunos e mediar as atividades discentes; realizar a avaliação dos estudantes; participar das atividades de capacitação e atualização promovidas pela UFPR.

f. Infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: O DAGA/UFPR possui laboratório de informática e internet sem fio para os estudantes que eventualmente não tenham acesso de outra forma.

g. previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes:

A primeira semana da disciplina será dedicada para ambientação ao Microsoft Teams. Teremos o primeiro encontro presencial para apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Mercado de valores mobiliários brasileiro.** 4^a ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2019. Disponível em: [link](#)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Mercado de Derivativos no Brasil: Conceitos, Produtos e Operações.** 1^a ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2015. Disponível em: [link](#)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS/ Associação de Analistas e Profissionais de Investimentos no Mercado de Capitais - APIMEC. **Análise de Investimentos: histórico, principais ferramentas e mudanças conceituais para o futuro.** 1^a ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2017. Disponível em: [link](#)

LEMES Jr, J. L. CHEROBIM, A. P. M. S., RIGO, C.M. Administração Financeira: **Princípios, fundamentos e práticas brasileiras.** Rio de Janeiro: Campus. 4^a ed, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Planejamento financeiro pessoal:** Comissão de Valores Mobiliários. 1^a ed. 2019. Disponível em: [link](#)

Comparação de Estratégias de Investimento Utilizando Métricas Ajustadas ao Risco: Um Estudo Baseado no Mercado Brasileiro. M Tardelli, RG Andrich, WV Silva, CM Murasse - Revista de Administração da Unimep, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2737/273723618005.pdf>

APLICAÇÃO DA MÉTRICA VALUE AT RISK A ÍNDICES DE BOLSAS DE VALORES DE PAÍSES LATINOAMERICANOS: UM ESTUDO UTILIZANDO OS MODELOS DE PREVISÃO DE VOLATILIDADE EWMA, EQMA E GARCH. WV Silva, M Tardelli, DD Rocha, M Maia. Perspectiva 34 (126), 19-32. Disponível em: http://www.uricer.edu.br/site/pdfs/perspectiva/126_94.pdf

BERNSTEIN, Peter L. **Desafio aos deuses:** a fascinante história do risco. Rio de Janeiro: Campus. 1997. LEITÃO, Mirian.

Saga brasileira: A longa luta de um povo por sua moeda. Record 2011. YUNUS, M. **Um mundo sem pobreza.** São Paulo: Atica, 2008.

CHEROBIM, A. P. M. S. ESPEJO, M. M. Bortolocci. **Finanças Pessoais: conhecer para enriquecer.** São Paulo: Atlas. 1^a ed, 2010.

Professor da Disciplina: Marcelo Tardelli

Assinatura:

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: José Roberto Frega

Assinatura:



Ficha 2 (variável)

Disciplina: Mercado de Capitais EaD (sexta)		Código: SAOP37EAD				
Natureza: <input type="checkbox"/> Obrigatória <input checked="" type="checkbox"/> Optativa	(X) Semestral <input type="checkbox"/> Anual <input type="checkbox"/> Modular					
Pré-requisito: N/A	Co- requisito: N/A	Modalidade: <input type="checkbox"/> Presencial <input type="checkbox"/> Totalmente EaD (X) CH em EaD: 80%				
CH Total: 60 CH semanal: 04	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB): 0	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0

EMENTA (Unidade Didática)

Introdução ao Sistema Financeiro Nacional e ao Mercado de Capitais. Títulos do Mercado de Capitais – tipos, conceitos e diferenciação. Mercados Organizados e de balcão. Métodos de análise de investimentos em ações – análise técnica e fundamentalista.

Justificativa para a oferta a distância

A disciplina de Mercado de Capitais é uma disciplina conceitual, que trata da compreensão dos fundamentos de Mercado Financeiro e de Capitais, ambiente econômico, regulatório e riscos envolvidos. É uma disciplina que permite a visualização da aplicação prática de tais conceitos, por meio de casos de ensino e discussões de reportagens jornalísticas. Ressalta-se também o vasto conteúdo disponível publicamente para ser utilizado, destacando-se os sítios de *internet* do Banco Central do Brasil, Comissão de Valores Mobiliários, B3 (Bolsa de Valores). Existe grande interesse por parte das Entidades citadas na divulgação do tema no ambiente acadêmico, inclusive as mesmas proporcionam conteúdo educacional com o objetivo de formar profissionais e consequentemente desenvolver o mercado financeiro do Brasil. A oferta dessa disciplina na modalidade de EAD incentivará o aluno a buscar a concretização dos conceitos apresentados; exercitar a sua autonomia didática; além de poder gerenciar o seu tempo e ter a disposição recursos e tecnologias educacionais distintas que poderão possibilitar o seu aprendizado, respeitando as diversas formas de aprendizagem. Assim, o aluno será colocado no centro do processo, sendo protagonista da sua aprendizagem.

PROGRAMA (itens de cada unidade didática)

- 1. Sistema Financeiro Nacional
 - 1.1 Estrutura
 - 1.2 Sistema normativo
 - 1.3 Sistema de intermediação
 - 1.4 Mercado de capitais
 - 2. Títulos do Mercado de Capitais
 - 2.1 Conceitos
 - 2.2 Tipos
 - 2.2 Características
 - 3. Mercados Organizados de Ações
 - 3.1 As Bolsas
 - 3.2 Tipos de Ordens
 - 3.3 Modalidades Operacionais
 - 4. Mercados Derivativos e a BM&F
 - 4.1 Conceito de derivativos
 - 4.2 Mercado de Opções
 - 4.3 Mercado de Futuros
 - 5. Análise de investimento em Ações
 - 5.1 Análise Técnica
 - 5.2 Análise Fundamentalista

6. Principais Mercados Financeiros Internacionais

Unidade	Data	Conteúdo Programático	Presencial/EAD
1	27/02/2026	Ambientação Turma no Ambiente Virtual (Teams)	EAD
2	06/03/2026	Apresentação da Disciplina	Presencial
3	13/03/2026	Introdução ao Mercado Financeiro e de Capitais	EAD
4	20/03/2026	Ambiente Econômico	EAD
5	27/03/2026	Sistema Financeiro Nacional	EAD
-	03/04/2026	Feriado	
6	10/04/2026	Operações em Bolsas de Valores/ Ações	EAD
7	17/04/2026	Índices das Bolsas de Valores/IPO e OPA	EAD
8	24/04/2026	Revisão para a prova	EAD
-	01/05/2026	Feriado	
9	08/05/2026	Prova	Presencial
10	15/05/2026	Análise de investimento em Ações (Parte 1) (Análise Fundamentalista)	EAD
11	22/05/2026	Análise de investimento em Ações (Parte 2) (Análise Fundamentalista/Introdução à Análise Técnica)	EAD
12	29/05/2026	Mercados Derivativos e o Segmento de derivativos da B3 (antiga BM&F)	EAD
13	05/06/2026	Principais Mercados Financeiros Internacionais	EAD
14	12/06/2026	Revisão para a prova	EAD
15	19/06/2026	Prova	Presencial
-	03/07/2026	Exame final	

Procedimentos didáticos para o momento à distância:

a. Sistema de Comunicação:

No ambiente educacional, o Microsoft Teams se destaca como uma plataforma robusta para comunicação entre professores e alunos, oferecendo recursos que promovem interação, organização e colaboração. Entre suas principais ferramentas estão:

1. Publicações (Posts): espaço dedicado à troca de mensagens, avisos e discussões, permitindo comunicação direta e organizada entre os participantes da turma.
2. Reuniões e Aulas ao Vivo: recurso para realização de aulas síncronas com suporte a vídeo, áudio,

compartilhamento de tela e gravação, além da possibilidade de dividir os alunos em grupos de trabalho.

3. Canais Temáticos: permitem segmentar a equipe por assuntos ou atividades, facilitando o acesso a conteúdos específicos e mantendo a organização da turma.

4. Compartilhamento de Arquivos: possibilita o envio e a edição colaborativa de documentos, apresentações e outros materiais didáticos diretamente na plataforma.

5. Bloco de Anotações de Classe (Class Notebook): ferramenta baseada no OneNote que oferece espaços individuais, colaborativos e de conteúdo, promovendo o acompanhamento e o desenvolvimento das atividades dos alunos.

6. Insights: fornece dados sobre o engajamento dos alunos, como participação em reuniões e visualização de materiais, auxiliando o professor na gestão pedagógica da turma.

b. Material didático específico:

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

1. Roteiro de estudo : em cada unidade didática será fornecido roteiro de estudo.

2. Videoaulas: serão produzidas pelo professor a fim de proporcionar um panorama geral acerca de cada tema estudado.

3. Disponibilização de Links externos: de vídeos ou de reportagens relacionadas com o tema de cada aula.

4. Artigos acadêmicos.

5. Livros da bibliografia básica e complementar: que poderão ser acessados gratuitamente no Site da Comissão de Valores Mobiliários (programa educacional da CVM) ou na biblioteca da Universidade.

c. Formas de avaliação:

A avaliação dos alunos será composta por atividades à distância e prova presencial:

- Distância (50% da nota): atividade de resolução de questões sobre o conteúdo da aula e/ou execução de atividades relacionadas ao tema como por exemplo: mapas mentais, position paper. A cada aula os alunos terão questões abertas e/ou objetivas para serem resolvidas ou atividades a serem executadas sobre o tema. O objetivo é avaliar o conhecimento dos alunos sobre o conteúdo e dar apoio àqueles que se encontrarem em dificuldades para compreensão e/ou de proporcionar o desenvolvimento do aprendizado por meio da atividade. A nota será proporcional ao número de acertos das questões ou pela avaliação da qualidade das atividades entregues mediante a existência de requisitos claramente estabelecidos, e:
- Presencial: provas escritas (50% da nota). Os alunos realizarão provas escritas contendo questões abertas e/ou objetivas sobre os conteúdos. A nota será proporcional ao número de acertos das questões.

Se houver atraso de entrega de atividade, haverá desconto de pontos da atividade, conforme segue:

Até 4 dias de atraso: máximo de 90 pontos de 100.

De 5 a 8 dias de atraso: máximo de 80 pontos de 100.

Mais de 8 dias de atraso até 15 dias: máximo de 70 pontos de 100.

Mais de 15 dias de atraso (até no máximo a data da última Prova Bimestral): máximo de 50 pontos de 100.

A média semestral do aluno será a (média dos trabalhos + média das notas das provas)/2 (divididas por dois). Se a nota for igual ou superior a 70 o aluno está aprovado. Se estiver entre 40 e 69 o aluno deverá fazer o Exame Final, se for inferior a 40 o aluno estará reprovado, mesmo após a realização do exame final.

A aprovação é condicionada também a uma frequência igual ou superior a 75%.

d. Identificação do controle de frequência das atividades:

Na modalidade EAD o controle de frequência é aferido pela resolução das atividades indicadas pelo professor. Assim, cada aula à distância contará com atividades específicas a serem desenvolvidas pelos alunos, e consequentemente, cada atividade terá uma carga horária de frequência. Vale ressaltar que apenas o ACESSO a plataforma não será contabilizado como frequência. Também haverá controle de frequência nos momentos presenciais.

e. Modelo de tutoria a distância e presencial:

A tutoria será realizada pelo professor, de forma virtual e presencial (de acordo com o cronograma da disciplina). Conforme a normatização da UFPR, o professor-tutor deverá realizar capacitação em EaD ou ter experiência comprovada para atuar em programas de EaD e destinar carga horária específica para os momentos presenciais e para os momentos a distância.

f. Atribuições do professor-tutor:

Desenvolver, aplicar e acompanhar as atividades discentes, conforme o cronograma do curso; manter regularidade de acesso ao ambiente de aprendizagem virtual e dar retorno às solicitações do cursista no prazo máximo de 24 horas; estabelecer contato permanente com os alunos e mediar as atividades discentes; realizar a avaliação dos estudantes; participar das atividades de capacitação e atualização promovidas pela UFPR.

f. Infraestrutura de suporte tecnológico, científico e instrumental à disciplina: O DAGA/UFPR possui laboratório de informática e internet sem fio para os estudantes que eventualmente não tenham acesso de outra forma.

g. previsão de período de ambientação dos recursos tecnológicos a serem utilizados pelos discentes:

A primeira semana da disciplina será dedicada para ambientação ao Microsoft Teams. Teremos o primeiro encontro presencial para apresentação da disciplina e também para ambientação com os recursos tecnológicos a serem utilizados.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Mercado de valores mobiliários brasileiro.** 4^a ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2019. Disponível em: [link](#)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Mercado BNNBo de Derivativos no Brasil: Conceitos, Produtos e Operações.** 1^a ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2015. Disponível em: [link](#)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS/ Associação de Analistas e Profissionais de Investimentos no Mercado de Capitais - APIMEC. **Análise de Investimentos: histórico, principais ferramentas e mudanças conceituais para o futuro.** 1^a ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2017. Disponível em: [link](#)

LEMES Jr, J. L. CHEROBIM, A. P. M. S., RIGO, C.M. Administração Financeira: **Princípios, fundamentos e práticas brasileiras.** Rio de Janeiro: Campus. 4^a ed, 2016.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Planejamento financeiro pessoal:** Comissão de Valores Mobiliários. 1^a ed. 2019. Disponível em: [link](#)

Comparação de Estratégias de Investimento Utilizando Métricas Ajustadas ao Risco: Um Estudo Baseado no Mercado Brasileiro. M Tardelli, RG Andrich, WV Silva, CM Murasse - Revista de Administração da Unimep, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2737/273723618005.pdf>

APLICAÇÃO DA MÉTRICA VALUE AT RISK A ÍNDICES DE BOLSAS DE VALORES DE PAÍSES LATINOAMERICANOS: UM ESTUDO UTILIZANDO OS MODELOS DE PREVISÃO DE VOLATILIDADE EWMA, EQMA E GARCH. WV Silva, M Tardelli, DD Rocha, M Maia. Perspectiva 34 (126), 19-32. Disponível em: http://www.uricer.edu.br/site/pdfs/perspectiva/126_94.pdf

BERNSTEIN, Peter L. **Desafio aos deuses:** a fascinante história do risco. Rio de Janeiro: Campus. 1997. LEITÃO, Mirian.

Saga brasileira: A longa luta de um povo por sua moeda. Record 2011. YUNUS, M. **Um mundo sem pobreza.** São Paulo: Atica, 2008.

CHEROBIM, A. P. M. S. ESPEJO, M. M. Bortolocci. **Finanças Pessoais: conhecer para enriquecer.** São Paulo: Atlas. 1^a ed, 2010.

Professor da Disciplina: Marcelo Tardelli

Assinatura:

Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: José Roberto Frega

Assinatura:



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Departamento de Administração Geral e Aplicada

Ficha 2 (variável)

Disciplina: Pesquisa de Marketing/Marketing Analytics		Código: SA065					
Natureza: (<input type="checkbox"/>) Obrigatória (<input checked="" type="checkbox"/>) Optativa		(<input checked="" type="checkbox"/>) Semestral Modular (<input type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>)					
Pré-requisito: não há	Co-requisito:	Modalidade: (<input checked="" type="checkbox"/>) Totalmente Presencial (<input type="checkbox"/>) Totalmente EAD (<input type="checkbox"/>) Parcialmente EAD: _____ *CH					
CH Total:60hs CH Semanal: 4hs Prática como Componente Curricular (PCC):	Padrão (PD):	Laboratório (LB):	Campo (CP):	Estágio (ES):	Orientada (OR):	Prática Específica (PE):	Estágio de Formação Pedagógica (EFP):
Atividade Curricular de Extensão (ACE):							

Indicar a carga horária semestral (em PD-LB-CP-ES-OR-PE-EFP-EXT-PCC)

*indicar a carga horária que será à distância.

EMENTA

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; Métricas de marketing. Coleta e análise de dados. Elaboração e visualização de relatórios. Uso de informações para tomada de decisões de marketing. Governança de dados

PROGRAMA

UNIDADE 1 – CONHECIMENTOS BÁSICOS DE PESQUISA DE MARKETING

- Apresentação do plano didático
- Pesquisa de Marketing – Introdução e Bases Fundamentais

UNIDADE 2 – TIPOS DE PESQUISA

- Tipos de pesquisa
- Pesquisa Qualitativa
- Pesquisa Quantitativa – Experimento e Survey

UNIDADE 3 – PLANEJAMENTO DE LEVANTAMENTOS DE MERCADO

- Definição de população e amostra
- Elaboração de instrumentos de coleta de dados
- Métricas de Marketing
- Análise e tratamento dos dados

UNIDADE 4 – PESQUISA COM DADOS SECUNDÁRIOS E NA INTERNET

- Dados Secundários
- Elaboração de relatórios com uso de dashboards
- Cálculo de métricas e análise com uso de dashboards

OBJETIVO GERAL

Proporcionar aos discentes conhecimentos e capacidades básicas para entender, analisar e executar pesquisas em marketing em suas diversas formas e aplicações.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender as principais perspectivas de pesquisa de marketing
- Compreender os principais problemas metodológicos relacionados ao desenvolvimento de pesquisas em marketing
- Instrumentalizar os alunos para aquisição de habilidades mínimas necessárias para a compreensão e realização de pesquisas de marketing e suas aplicações nos diversos contextos de mercado
- Analisar as principais implicações da pesquisa de marketing na formulação de estratégias de marketing de empresas

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

DATA	ATIVIDADES
25/02	<p>Apresentação da disciplina, datas das provas e dos trabalhos.</p> <p>Introdução à Pesquisa de Marketing</p> <p>- <u>Leitura</u>: Cap. 1 – Introdução à pesquisa de Marketing, 1^a parte.</p> <p>Atividade: Proposta de Pesquisa de Marketing contendo situação problema, definição de objetivo geral e específicos de pesquisa e contexto da pesquisa. (NOTA: 5%)</p>
04/03	<p>Tipos de Pesquisa: exploratórias, descritivas e causais</p> <p>- <u>Leitura</u>: Cap. 3 – Modelo de pesquisa</p> <p>Modelo de Pesquisa Exploratória: Pesquisa Qualitativa</p> <p>- <u>Leitura</u>: Cap. 5 - Pesquisa Qualitativa</p> <p>Atividade: Grupo Focal – Proposta de Pesquisa de Grupo Focal NOTA (5%)</p>

11/03	<p>Pesquisa Quantitativa – Survey e Experimentos</p> <p>Coleta de Dados: tipos, fontes, formas, medidas e instrumentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Leitura</u>: Cap. 9 – Medição e escalonamento. Cap. 8 – Modelo de Pesquisa causal: experimentos · Atividade: Elaboração de um questionário de pesquisa - NOTA (5%)
18/03	<ul style="list-style-type: none"> · Técnicas de Amostragem - <u>Leitura</u>: Cap. 12 – Amostragem: modelo e procedimento. · Atividade: Avaliação e discussão de problemas de amostragem NOTA (5%)
25/03	<ul style="list-style-type: none"> · Métricas de Marketing - <u>Leitura</u>: Slides de aula. · Atividade: Análise e tomada de decisão usando métricas de marketing. NOTA (5%).
01/04	<ul style="list-style-type: none"> · Análise de Dados e Inteligência de Mercado 1ª parte - Slides de aula. Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%)
08/04	<ul style="list-style-type: none"> · Análise de Dados e Inteligência de Mercado 2ª parte - Slides de aula. Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI · Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%)
15/04	<ul style="list-style-type: none"> · Análise de Dados e Inteligência de Mercado 3ª parte - Slides de aula. Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%)
22/04 (Aula EaD)	<ul style="list-style-type: none"> · Atividade EaD: Estudo de Caso HBR – NOTA (5%)
29/04	<ul style="list-style-type: none"> · (PROVA SEMESTRAL) Prova: Todo o conteúdo (NOTA: 30%).
06/05 (Aula EaD)	<ul style="list-style-type: none"> · Atividade EaD: Governança de Dados – NOTA (5%)
13/05 (Aula EaD)	<ul style="list-style-type: none"> · Análise de Dados e Inteligência de Mercado 4ª parte - Slides de aula. Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI · Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%)

20/05	<ul style="list-style-type: none"> · Análise de Dados e Inteligência de Mercado 5^a parte - Slides de aula. Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI · Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%)
27/05	<ul style="list-style-type: none"> · Análise de Dados e Inteligência de Mercado 6^a parte - Slides de aula. Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI · Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%)
03/06	<ul style="list-style-type: none"> · Análise de Dados e Inteligência de Mercado 7^a parte - Slides de aula. Criação de relatórios dinâmicos/dashboards, utilizando a ferramenta Power BI · Atividade: Elaboração de Dashboards Power BI. NOTA (5%)
10/06	<ul style="list-style-type: none"> · Semana de estudos para o exame final
17/06	EXAME FINAL (Todo o conteúdo do semestre)

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação dos alunos será feita em função de dois elementos principais:

- **prova individual** semestral – 30%
- **atividades e casos desenvolvidos em sala** – 70%

BIBLIOGRAFIA BÁSICA (mínimo 03 títulos)

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 6^a ed. São Paulo: Bookman, 2012.

FARRIS, Paul W.; BENDLE, Neil T.; PFEIFER, Phillip E.; REIBSTEIN, David J. Métricas de Marketing. Grupo A, 2013. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701410/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

BARBIERI, Carlos. Governança de dados. Editora Alta Books, 2020. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550815435/>. Acesso em: 18 fev. 2022.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR (mínimo 05 títulos)

MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing: Metodologia, planejamento, execução e análise 7^a ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

NIQUE, W.; LADEIRA, W. Como fazer pesquisa de Marketing: Um guia prático para a realidade brasileira. 2^a ed. São Paulo: Atlas, 2017.

McDANIEL, C.; GATES, R. Pesquisa de marketing. São Paulo: Thomson, 2003.

LAS CASAS, A. L.; GUEVARA, A. J. H. Pesquisa de Marketing. Ed. Atlas: São Paulo. 2010

SHARDA, Ramesh; DELEN, Dursun; TURBAN, Efraim. Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão do Negócio. Grupo A, 2019. Disponível em:
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582605202/>. Acesso em: 18 fev. 2022.



Documento assinado eletronicamente por **DANIELLE MANTOVANI LUCENA DA SILVA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/01/2026, às 15:30, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador
8518255 e o código CRC **CBB5419E**.

1 DADOS GERAIS

Disciplina:	Pesquisa Opeacional – SAOB25	Dia da semana: Quarta-feira
Pré-requisito:	Não há	Docente: Cassius Tadeu Scarpin
Créditos:		Contato: cassiusts@gmail.com
CH total:	45h presencial + 15h atividades orientadas	Código: SAOB25
Número de vagas ofertadas:	55	CH semanal: 03h + 01h
		Turno: Matutino/Noturno

2 EMENTA

Introdução aos problemas de programação linear. Desenvolvimento de modelos matemáticos para a resolução de problemas gerenciais. Métodos de resolução para problemas de programação linear. Ferramentas computacionais para resolução de problemas de programação linear.

3 CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

3.1 Entendimento do Problema

- 3.1.1 Empresas Tech e o futuro
- 3.1.2 Entendimento dos problemas antes de ler, analisar e visualizar os dados
- 3.1.3 Tomadas de Decisões Quantitativas
- 3.1.4 Aplicações de técnicas de análise de dados na gestão e tomadas de decisões

3.2 Modelagem Matemática

- 3.2.1 Processo de modelagem
- 3.2.2 Linguagem computacional (excel e python)
- 3.2.3 Modelos básicos

3.3 Modelos de Programação Linear Aplicados

- 3.3.1 Problema da Mochila
- 3.3.2 Designação
- 3.3.3 Transporte
- 3.3.4 p-mediandas/agrupamento
- 3.3.5 caixeiro viajante
- 3.3.6 carteiro chinês
- 3.3.7 máximo fluxo
- 3.3.8 mínima arborescência
- 3.3.9 Outros problemas Clássicos

3.4 Métodos de solução

- 3.4.1 Programação linear inteira mista
- 3.4.2 Heurísticas
- 3.4.3 Metaheurísticas
- 3.4.4 Matheurísticas

3.5 Aplicação prática

- 3.5.1 Estudo de cases
- 3.5.2 Estudo de artigos
- 3.5.3 Geração de aplicações

4 OBJETIVO GERAL

Capacitar os alunos quanto à analisar e utilizar dados como apoio à tomada de decisão gerencial, bem como desenvolver e aplicar os conhecimentos adquiridos a exemplos de aplicações reais sobre otimização e pesquisa Operacional.

5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Ao final da disciplina, o estudante deverá ser capaz de:

- Reconhecer, coletar, analisar e utilizar dados qualitativos e quantitativos na tomada de decisão;
- Ter o entendimento dos tratamentos que devem ser realizados nos dados de acordo com o problema a ser resolvido;
- Desenvolver e utilizar modelos de sistemas, de programação linear inteiro misto e avaliação individual, de grupos, de processos e de resultados organizacionais;
- Analisar dados, problemas, bem como resultados gerados dessas análises.

Competências adquiridas

- Competência de reconhecer, coletar, analisar e utilizar dados qualitativos e quantitativos na tomada de decisão organizacional;
- Competência de reconhecer e utilizar tecnologias de coleta e de análise de dados como apoio à tomada de decisão organizacional;
- Competência no desenvolvimento e utilização de modelos e sistemas de avaliação individual, de grupos, de processos e de resultados organizacionais.

6 METODOLOGIA

A Metodologia de Ensino será composta por:

- Aulas expositivas e dialogadas
- Exercícios práticos em sala
- Atividades orientadas, em tempo de estudo fora de sala
- Apresentação de trabalhos aplicados

7 FORMAS DE AVALIAÇÃO

- Duas provas individuais – 80% da nota final
- Atividades em sala de aula – 10% da nota final
- Entrega das atividades orientadas – 10% da nota final

8 PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

a. Sistema de Comunicação

A dinâmica acontecerá da seguinte forma: 45 horas de sala de aulas presenciais e outras 15 horas de atividades orientadas. A comunicação entre professor e estudantes será oral e dinâmica, entregas das atividades e 100% das informações acontecerá via Teams.

b. Material didático específico

Os materiais didáticos serão utilizados pelo aluno para a consecução dos objetivos da disciplina. Tais materiais serão diversificados e terão origem de distintas fontes, a saber:

- 1) Quadro negro, giz, sala de aula e planos de aula disponibilizados pelo professor;
- 2) Listas de exercícios para atividades orientadas a cada aula presencial realizada;
- 3) Guia de atividades: para cada aula será elaborada uma ou mais atividades específicas a respeito de cada unidade didática;

- 4) Aulas expositivo-dialogadas;
- 5) Disponibilização de Links externos: de vídeos e textos relacionados com o tema de cada aula.

9 BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ARENALES, M.; ARMENTANO, V.; MORABITO, R.; YANASSE, H. Pesquisa operacional. 2^a ed., Editora Campus, 2015.
- LACHTERMACHER, G. Pesquisa Operacional Na Tomada De Decisões: modelagem em Excel. 5^a Edição, LTC Editora, 2016.
- COLIN, E. Pesquisa Operacional: 170 aplicações em estratégia, finanças, logística, produção, marketing e vendas. 2^a ed. Editora Atlas, 2019.

10 BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BELFIORE, P.; FÁVERO, L. P. Pesquisa Operacional para cursos de Engenharia. Editora Elsevier, 2012.
- TAHA, H. Pesquisa Operacional. 8^a ed. Editora Pearson Prentice Hall, 2008.
- GOLDBARG, M. C.; LUNA, H. P. L. Otimização Combinatória e Programação Linear: Modelos e Algoritmos. 2^a ed. Editora Campus, 2005.
- HILLIER, F. S.; LIEBERMAN, G. Introdução à Pesquisa Operacional. McGraw-Hill, 1998.
- BAZARAA, M. S.; JARVIS, J. J.; SHERALI, H. D. Linear Programming and Network Flows. 3th Ed. John Wiley, 2005.

11 CRONOGRAMA GERAL DE EXECUÇÃO

Aula	Data	Descrição
1	25/02/2026	O processo da Tomada de Decisão e Modelagem
2	04/03/2026	Abordagem Quantitativa em Operações e Implementação real de abordagem quantitativa - Estudo de Caso
3	11/03/2026	Estudo de Caso e Conceitos básicos de Modelagem de PL - Resolução de PL pelo método Gráfico
4	18/03/2026	Modelagem e softwares PL - PLIM - Resolução de PL pelo método Gráfico
5	25/03/2026	Modelagem - Python - Modelagem e softwares PL - PLIM
6	01/04/2026	Modelagem - Python - Modelagem e softwares PL - PLIM
7	08/04/2026	PROVA 1
8	15/04/2026	Modelagem Designação, Transporte e p-medianas
9	22/04/2026	Problema do Caixeiro Viajante - Modelo Dantzig e MTZ
10	29/04/2026	Problema do Caixeiro Viajante - Algoritmos de Inserção (+próximo, +distante e +econômica) e melhorias 2opt e 3opt
11	06/05/2026	Modelos de Agrupamento - k-médias, Teitz & Bart e p-medianas capacitado
12	13/05/2026	Modelos em Grafos - Máximo Fluxo, Mínima Arborescência e Carteiro Chinês
13	20/05/2026	Modelos Heurísticos de Inteligência Artificial e Otimização - Métodos de Previsão e Metaheurísticas
14	27/05/2026	PROVA 2
15	03/06/2026	Apresentação dos trabalhos
	10/06/2026	Sem aula (para Estudos) ou necessidade de reagendamento prévio de aula
	17/06/2026	Sem aula (para Estudos) ou necessidade de reagendamento prévio de aula
	24/06/2026	Sem aula (para Estudos) ou necessidade de reagendamento prévio de aula
16	01/07/2026	Final

PLANO DE ENSINO

Disciplina: Economia Aplicada à Administração	Código: SA0B09
Professora: Dra. Melody de Campos Soares Porsse	
Natureza: (<input checked="" type="checkbox"/>) obrigatória (<input type="checkbox"/>) optativa	Semestral (<input checked="" type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>) Modular (<input type="checkbox"/>)
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum
Modalidade: (<input checked="" type="checkbox"/>) Presencial (<input type="checkbox"/>) 100% EaD	(<input type="checkbox"/>) Parcialmente EaD *C.H.
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): 00 CH semanal: 4h	Padrão (PD): 45h total/3h semanal Laboratório (LB): 00 Campo (CP): 00 Estágio (ES): 00 Orientada (OR): 15h total/1h semanal Prática Específica (PE): 00 Estágio de Formação Pedagógica (EFP): 00
EMENTA Aspectos do sistema macro e microeconômico de forma a contextualizar o ambiente decisório das organizações.	
PROGRAMA <ol style="list-style-type: none">1. Introdução à Economia2. Introdução à Microeconomia3. Demanda, Oferta, Equilíbrio de Mercado e Elasticidades4. Produção e Custos5. Estruturas de Mercado6. Introdução à Macroeconomia7. Contabilidade Social8. Determinação da Renda e do Produto Nacional: o mercado de bens e serviços9. Determinação da Renda e do Produto Nacional: o lado monetário10. Inflação11. Setor Externo	
OBJETIVO GERAL Permitir ao aluno compreender os aspectos econômicos que fundamentam as teorias da área de Administração. Nestes aspectos econômicos estão inseridas noções de Microeconomia, Macroeconomia, Economia Brasileira, Economia Internacional e Desenvolvimento Econômico.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS Apresentar aos estudantes as principais questões econômicas. Possibilitar o entendimento do funcionamento de uma economia de mercado. Levar o aluno a refletir sobre sua inserção na economia do país. Capacitar o aluno a utilizar os conhecimentos adquiridos nesta disciplina em situações de sua vida profissional.	

continuação

PLANO DE ENSINO

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A metodologia de ensino é composta por aulas expositivas e atividades individuais.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

Provas escritas individuais e sem consulta e exercícios/atividades em sala de aula. Em cada Bimestre a média será composta da seguinte maneira: 90% Prova + 10% Exercícios/atividades. A média final será o resultado da média aritmética simples entre as notas do primeiro e do segundo bimestres.

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

Materiais de apoio e avisos: UFPR VIRTUAL (Portal de Sistemas UFPR)

Frequência: A frequência mínima exigida é de 75%. Os alunos que não atingirem este índice ao longo do semestre serão automaticamente reprovados. **O controle de faltas é responsabilidade do aluno. Não existe abono de faltas concedido pela Professora.** Os casos de abono de faltas serão tratados pela coordenação do curso.

Avaliações: individuais e sem consulta. Os alunos ausentes na avaliação por motivo de saúde devem **solicitar Segunda Chamada no DAGA.**

Nota: A **nota de aprovação é 70**. Se o aluno obtiver de 40 a 69 pontos terá direito a fazer a prova final. Para esses alunos, a nota final será a soma da nota do semestre + a nota do exame final dividido por 2 (nota semestre + nota exame final/2). Essa nota deverá ser maior que 50. Os alunos que obtiverem menos de 40 pontos nas atividades normais estarão reprovados.

Exercícios/atividades em sala de aula: atividades realizadas em sala de aula e na aula concluída. Os alunos ausentes não podem entregar os exercícios posteriormente.

É proibido o uso de fones de ouvido. Celulares, computadores e aparelhos similares são permitidos exclusivamente para as atividades pedagógicas.

Cronograma / Datas de provas / Exame

AULA	TEMA	DATA	LEITURAS OBRIGATÓRIAS
01	Apresentação da Disciplina	05/03/26 (M1 e N1)	Plano de ensino da disciplina
02	Introdução à Economia Introdução à Microeconomia	12/03/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULOS 1 e 3
03	Demand Oferta Mercado	19/03/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 4
04	Elasticidades	26/03/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 4
05	Estruturas de Mercado	02/04/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 6
06	Produção e Custos	09/04/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 5
07	PROVA INDIVIDUAL 1	16/04/26 (M1 e N1)	TODO O CONTEÚDO DAS AULAS 1 À 6
08	Introdução à Macroeconomia Vista de Prova	23/04/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 8

09	Contabilidade Social	30/04/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 9
10	Determinação da Renda e do Produto Nacional	07/05/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULOS 10 e 14
11	Determinação da Renda e do Produto Nacional	14/05/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 11
12	Inflação	21/05/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 13
13	Setor Externo	28/05/26 (M1 e N1)	Livro Vasconcellos e Garcia (2023): CAPÍTULO 12
14	PROVA INDIVIDUAL 2	11/06/26 (M1 e N1)	TODO O CONTEÚDO DAS AULAS 08 À 13
15	Vista de Prova	18/06/26 (M1 e N1)	
Exame Final	TODO O CONTEÚDO DO SEMESTRE	02/07/26 (M1 e N1)	TODO O CONTEÚDO DO SEMESTRE

Atividades Orientadas

DATA	ATIVIDADE	FREQUÊNCIA
12/03/26 (M1 e N1)	Leitura dos capítulos 1 e 3 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	3h
19/03/26 (M1 e N1)	Leitura do capítulo 4 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	1h
02/04/26 (M1 e N1)	Leitura do capítulo 6 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	1h
09/04/26 (M1 e N1)	Leitura do capítulo 5 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	1h
23/04/26 (M1 e N1)	Leitura do capítulo 8 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	1h
30/04/26 (M1 e N1)	Leitura do capítulo 9 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	1h
07/05/26 (M1 e N1)	Leitura dos capítulos 10 e 14 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	3h
14/05/26 (M1 e N1)	Leitura do capítulo 11 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	1h
21/05/26 (M1 e N1)	Leitura do capítulo 13 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	1h
28/05/26 (M1 e N1)	Leitura do capítulo 12 do livro Vasconcellos e Garcia (2023)	2h
		15h total

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

MANKIW, N. G. **Introdução à Economia**. São Paulo: Cengage, 2019.

SILVA, C. R. L. da; LUIZ, S. **Economia e Mercados**: Introdução à Economia. São Paulo: Saraiva, 2017.

VASCONCELLOS, M. A. S. de; GARCIA, M. E. **Fundamentos de Economia**. São Paulo: Saraiva, 2023.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LEMES JUNIOR, A. B.; CHEROBIM, A. P. M. S.; RIGO, C. M. **Fundamentos de Finanças Empresariais**. Rio de Janeiro: GEN - Elsevier, 2022.

O'SULLIVAN, A.; SHEFFRIN, S. M.; NISHIJIMA, M. **Introdução à Economia**: princípios e ferramentas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. **Microeconomia**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

PINHO, D. B; VASCONCELLOS, M. A. S; TONETO JR, R. (Orgs.). **Manual de Economia** – Equipe de Professores da USP. São Paulo: Saraiva: 2017.

ROSSETTI, J. P. **Introdução à economia**. São Paulo: Atlas, 2016.

VASCONCELLOS, M. A. S. **Economia: Micro e Macro**. São Paulo: Atlas, 2015.

Professora da Disciplina: Melody de Campos Soares Porsse

Assinatura: _____

Chefe de Departamento: Ana Paula Cherobim

Assinatura:

PLANO DE ENSINO

Disciplina: Laboratório Extensionista V	Código: SA0P29
Professora: Dra. Melody de Campos Soares Porsse	
Natureza: (<input type="checkbox"/>) obrigatória (<input checked="" type="checkbox"/>) optativa	Semestral (<input checked="" type="checkbox"/>) Anual (<input type="checkbox"/>) Modular (<input type="checkbox"/>)
Pré-requisito: nenhum	Co-requisito: nenhum
Modalidade: (<input checked="" type="checkbox"/>) Presencial (<input type="checkbox"/>) 100% EaD (<input type="checkbox"/>) Parcialmente EaD	*C.H. (<input checked="" type="checkbox"/>) EXTENSÃO
CH Total: 60h Prática como Componente Curricular (PCC): CH semanal: 4h	Atividade Curricular de Extensão (ACE): 60h Padrão (PD): Laboratório (LB): Campo (CP): Estágio (ES): Orientada (OR): Prática Específica (PE): Estágio de Formação Pedagógica (EFP): ATIVIDADE CURRICULAR EXTENSIONISTA (ACE II): 60H
EMENTA	
Problemas públicos. Políticas Públicas. Problemas sociais complexos. Inovação. Atores sociais. Governança.	
PROGRAMA	
<ol style="list-style-type: none">1. Pesquisa de programas, projetos, ações e serviços voltados para a resolução de problemas públicos2. Leitura de experiências inovadoras ou casos de sucesso em políticas públicas3. Discussão das principais características de políticas ou experiências inovadoras4. Investigação de experiências e tendências inovadoras em políticas públicas em nível subnacional (estadual ou municipal)5. Elaboração de materiais com informações das experiências inovadoras pesquisadas6. Divulgação de experiências inovadoras pesquisadas7. Levantamento de problemas públicos próximos da realidade do estudante e discussão de propostas de solução	
OBJETIVO GERAL	
Permitir ao aluno entrar em contato com os problemas públicos da sua comunidade, propondo uma reflexão sobre os desafios e a necessidade de inovação para melhoria do bem-estar e aumento do impacto das ações.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
Conscientizar os estudantes sobre os problemas sociais complexos. Possibilitar o entendimento da importância e dos limites das políticas públicas para o enfrentamento dos problemas públicos. Levar o aluno a refletir sobre sua inserção na comunidade enquanto um ator social. Promover a interação e a aprendizagem coletiva sobre experiências inovadoras em políticas públicas.	

continuação

PLANO DE ENSINO

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A metodologia de ensino é composta por atividades orientadas de pesquisas, leituras e elaboração de materiais para divulgação. As atividades ocorrerão em momentos presenciais e à distância.

FORMAS DE AVALIAÇÃO

A nota semestral da disciplina será composta pelo somatório das seguintes atividades:

1. ATIVIDADE 1 (40 pontos): etapas de acompanhamento da elaboração de material de uma experiência inovadora em políticas públicas em nível subnacional (estadual ou municipal)
 - 1.1 ETAPA 1 (10 pontos)
 - 1.2 ETAPA 2 (15 pontos)
 - 1.3 ETAPA 3 (15 pontos)
2. ATIVIDADE 2 (60 pontos): elaboração de material de uma experiência inovadora em políticas públicas em nível subnacional (estadual ou municipal)

Cronograma

AULA	DATA	ATIVIDADE
01	03/03/26	Apresentação da Disciplina Orientações da ETAPA 1 DA ATIVIDADE 1 Políticas Públicas: Introdução Leitura do material a ser indicado pela Professora Desenvolvimento da ETAPA 1 DA ATIVIDADE 1
02	10/03/26	Desenvolvimento da ETAPA 1 DA ATIVIDADE 1
03	17/03/26	Desenvolvimento da ETAPA 1 DA ATIVIDADE 1
04	24/03/26	Entrega da ETAPA 1 DA ATIVIDADE 1 Orientações da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1 Desenvolvimento da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1
05	31/03/26	Orientações da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1 Desenvolvimento da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1
06	07/04/26	Orientações da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1 Desenvolvimento da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1
07	14/04/26	Orientações da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1 Desenvolvimento da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1
08	28/04/26	Entrega da ETAPA 2 DA ATIVIDADE 1 Orientações da ETAPA 3 DA ATIVIDADE 1

		Desenvolvimento da ETAPA 3 DA ATIVIDADE 1	
09	05/05/26	Orientações da ETAPA 3 DA ATIVIDADE 1 Desenvolvimento da ETAPA 3 DA ATIVIDADE 1	
10	12/05/26	Orientações da ETAPA 3 DA ATIVIDADE 1 Desenvolvimento da ETAPA 3 DA ATIVIDADE 1	
11	19/05/26	Entrega da ETAPA 3 DA ATIVIDADE 1 Orientações da ATIVIDADE 2 Desenvolvimento da ATIVIDADE 2	
12	26/05/26	Orientações da ATIVIDADE 2 Desenvolvimento da ATIVIDADE 2	
13	02/06/26	Orientações da ATIVIDADE 2 Desenvolvimento da ATIVIDADE 2	
14	09/06/26	Entrega da ATIVIDADE 2	
15	16/06/26	Feedbacks ATIVIDADE 2	
Semana Exame Final	30/06/26	Entrega de NOVA VERSÃO da ATIVIDADE 2, conforme Feedbacks	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAVALCANTE, P. et al. (Orgs.). **Inovação no Setor Público:** teoria, tendências e casos no Brasil. Brasília: Enap/Ipea, 2017. Disponível em: https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/2989/1/171002_inovacao_no_setor_publico.pdf. Acesso em: 01 de mar. 2019.

SANABIO, M. T.; SANTOS, G. J; DAVID, M. V. (Orgs.). **Administração Pública Contemporânea:** política, democracia e gestão. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2013.

SECCHI, L.; COELHO, F. de S.; PIRES, V.. **Políticas Públicas:** Conceitos, Casos Práticos, Questões de Concursos. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2019.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BIGNETTI, L. P.. **As inovações sociais:** uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. Ciências Sociais Unisinos, v. 47, n. 1, 2011.

HOWALDT; J.; SCHWARZ, M. **Social Innovation:** Concepts, research fields and international trends. Trend Study of the International Monitoring Project (IMO), 2010.

MATIAS-PEREIRA, J. **Curso de Administração Pública:** foco nas instituições e ações governamentais. São Paulo: Atlas, 2009.

MOULAERT, F.; MARTINELLI, F.; GONZÁLES, S.; SWYNGEDOUW, E. Introduction: Social Innovation and Governance in European Cities. **European Urban and Regional Studies**, 14 (3):195-209, 2007.

SECCHI, L. **Análise de Políticas Públicas:** Diagnóstico de problemas, recomendação de soluções. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2016.

Professora da Disciplina: Melody de Campos Soares Porsse

Assinatura: _____

Chefe de Departamento: Ana Paula Cherobim

Assinatura: _____