



Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão - Proppex

**Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu*
MBA em Gestão Empresarial**

Brusque, JULHO/2013.

Sumário

1	IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	3
1.1	Nome do Curso:	3
1.2	Área do Conhecimento e Unidade Responsável:	3
1.3	Coordenação do Curso:	3
2	CARACTERIZAÇÃO DO CURSO	4
2.1	Período de Realização (previsão):	4
2.2	Carga Horária:	4
2.3	Base Legal do Curso:	4
2.4	Autorização do Curso:	4
2.5	Oferta do curso:	4
2.6	Número de Vagas:	4
2.7	Clientela / Público Alvo:	4
2.8	Instituição Parceira:	4
3	JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DO CURSO	5
3.1	Justificativa:	5
3.2	Objetivos:	5
4	ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DO CURSO	6
4.1	Matriz Curricular:	6
4.2	Ementa e referência básica das disciplinas:	7
4.3	Dados relativos ao Corpo Docente e ao Coordenador do Curso:	20
4.4	Dados Estatísticos do Corpo Docente:	25
4.5	Metodologia de Ensino:	25
5	RECOMENDAÇÕES	29

1 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

1.1 Nome do Curso:

MBA em Gestão Empresarial

1.2 Área do Conhecimento e Unidade Responsável:

Área do conhecimento: Administração/Gestão

Unidade Responsável: Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE

1.3 Coordenação do Curso:

Rodrigo Sousa Alves Mundim

Mestre em Turismo e Hotelaria

E-mail: pos@unifebe.edu.br

2 CARACTERIZAÇÃO DO CURSO

2.1 Período de Realização (previsão):

Data de Início: Setembro/2013

Data de Término: Agosto/2015

Horário e Turno: Segundas e Terças das 18hs às 22h15min

Data de término com entrega do TCC: Agosto de 2015

2.2 Carga Horária:

360hs + elaboração do Artigo Científico

2.3 Base Legal do Curso:

- Resolução nº 100, de 22 de novembro de 2011, do Conselho Estadual de Educação do Estado de Santa Catarina homologada e publicada pelo Decreto nº 858, de 06/03/12, publicado no Diário Oficial em 07/03/12.
- Regulamento da Pós-Graduação da UNIFEBE.

2.4 Autorização do Curso:

Parecer Consuni nº 35/13, de 10/07/2013.

Resolução CA nº

2.5 Oferta do curso:

() Ocasional

(x) Permanente

2.6 Número de Vagas:

Mínimo 25 (vinte e cinco) e máximo 45 (quarenta e cinco) participantes por turma.

2.7 Clientela / Público Alvo:

Portadores de diploma em Administração ou áreas afins.

2.8 Instituição Parceira:

Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios Ltda. - IBGEN

3 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DO CURSO

3.1 Justificativa:

Novos paradigmas têm modificado o cenário atual da administração das organizações. Este fato provocou o surgimento de uma demanda significativa de administradores e outros profissionais de nível superior que buscam atualização nesta área do conhecimento.

A ênfase em todos os níveis e disciplinas é que os esforços empresariais devem ser integrados na busca da maior competitividade, imposta pela globalização e a conseqüente formação de blocos econômicos, como o MERCOSUL. Administrar já não é mais privilégio somente dos administradores. A gestão de qualquer empreendimento exige preparo e atualização, seja ele um escritório aduaneiro, um consultório médico ou um escritório advocatício. Gerenciar hoje é sinônimo de sobrevivência no mercado de atuação.

3.2 Objetivos:

3.2.1 Objetivo Geral:

O curso tem como objetivo principal a formação de gestores de negócios, com uma visão sistêmica e abrangente das diversas áreas que compõem uma organização empresarial. Busca-se a ampliação da capacidade técnica e gerencial dos profissionais que trabalham nas esferas de deliberação da empresa, oferecendo-lhes a oportunidade de aprofundar conhecimentos e/ou adquirir novas competências.

3.2.2 Objetivos Específicos:

Aprimorar habilidades que visam melhorar a execução das atividades gerenciais, proporcionando aos participantes a possibilidade de construção e desenvolvimento das melhores práticas de gestão no alcance da missão institucional.

O curso tem, ainda, por finalidade, estimular a vinculação dos conhecimentos adquiridos às atividades diárias dos profissionais, promovendo a melhoria dos resultados da organização e acelerando o cumprimento dos objetivos estratégicos estabelecidos pela empresa.

4 ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DO CURSO

4.1 Matriz Curricular:

Professores	Título / IES	Disciplina	C/H
Eduardo Radziuk	Me./IMED	Análise Gerencial de Custos	24hs
Silvio Teitelbaum	Me./UNESC	Gestão Estratégica	24hs
José Eduardo Zdanowicz	Dr./UFRGS	Gestão Econômico-financeira	24hs
Guilherme Vazquez Etcheverry	Me./UFRGS	Gestão da Produção	24hs
Sérgio Luiz Vaz Dias	Dr./IBGEN	Gerenciamento de Processos e Indicadores de Desempenho	24hs
Francisco Roberto Moreno da Silva	Esp. / UNIFEBE	Gestão Estratégica da Logística	24hs
Mirelle Galvão Beulke	Me./IBGEN	Gestão de Marketing	24hs
Tânia Gomes Bischoff	Me./IBGEN	Gestão de Pessoas	24hs
Dorval Olívio Mallmann	Dr./FGV	Business Game – Jogos de Empresas	24hs
Valéria Deluca Soares de Carvalho	Dra./IBGEN	Análise Organizacional	24hs
Mauro Uhlig Mocellin	Esp./IBGEN	Estratégias de Negociação	24hs
Jaime Gross Garcia	Me./IBGEN	Inovação em Produtos e Serviços	24hs
Valéria Deluca Soares de Carvalho	Dra./IBGEN	Gestão da Comunicação Organizacional	24hs
Everaldo da Silva	Dr./UNIFEBE	Metodologia da Pesquisa	24hs
Ovidio Felipe Pereira da Silva Júnior	Dr./UNIVALI	Gestão de Projetos	24hs
CARGA HORÁRIA TOTAL			360HS

4.2 Ementa e referência básica das disciplinas:

Disciplina: Gestão Estratégica

Ementa: Os níveis e tipos de estratégias e sua formulação. O planejamento estratégico e a competitividade empresarial. Métodos de análise estratégica do ambiente e de rentabilidade de indústrias. O conceito de vantagem competitiva e estratégias genéricas de competição. Os procedimentos úteis à prática empresarial diante das mudanças em curso no mercado e da globalização da economia. Inteligência Competitiva.

Referências:

ABELL, Derek F. **Definição do Negócio:** Ponto de Partida do Planejamento Estratégico. São Paulo: Atlas, 1991.

ANSOFF, H. Igor. **A Nova Estratégia Empresarial.** 1ª Edição, 3ª Tiragem. São Paulo: ATLAS, 1991.

BLYTHE, J. **Um livro bom, pequeno e acessível sobre marketing.** BOOKMAN, 2010.

COLLINS, James C. e PORRAS, Jerry I. **Construindo a Visão da Empresa.** HSM Management. São Paulo, 07 mar-abr 98.

GHEMAWAT, Pankaj. **A Estratégia e o Cenário dos Negócios.** Texto e Casos: Porto Alegre: Bookman, 2000.

JOHNSON, Gerry, SCHOLE, K. e WHITTINGTON, R. **Fundamentos da Estratégia.** BOOKMAN, 2011

KORNBERGER, Martin. **Um livro bom pequeno e acessível sobre estratégia.** BOOKMAN, 2010.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva:** Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência - 7ª Edição - Rio de Janeiro: Campus, 1996.

PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva:** Criando e Sustentando um Desempenho Superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PORTER, Michael E. **O Que é Estratégia.** Harvard Business Review (Tradução publicada no IMPUTS - Suplemento do Clube dos Executivos de Marketing) São Paulo: nov-dez 96.

Disciplina: Análise Organizacional

Ementa: A Teoria das Organizações como conhecimento necessário no entendimento da gestão da produtividade e da qualidade. O impacto dos recursos humanos na implantação de inovações tecnológicas e gerenciais. O papel da cultura organizacional e das questões políticas na compreensão e difusão de melhorias. A questão da aprendizagem organizacional e as resistências às mudanças. Configuração ambiental. Desenho das formas organizacionais. Análise das dimensões culturais. Análise das variáveis políticas. Análise da mudança pelo gerenciamento do conhecimento organizacional.

Referências:

Block, P. **Consultoria: o desafio da liberdade.** São Paulo: Makron, 1991.

Brum, A. M. **Endomarketing:** estratégias de comunicação interna para empresas que buscam a qualidade e a competitividade. Porto Alegre: Ortiz, 1994.

Carvalho, A. **A aprendizagem organizacional em tempos de mudança.** São Paulo: Pioneira, 1999.

Castilhos, A. **Filmes para ver e aprender.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

Chiavenato, I. **Gerenciando pessoas:** como transformar gerentes em gestores de pessoas. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

Chiavenato, I. **Gestão de Pessoas:** O novo papel dos recursos humanos nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.

Davel, E. e Vasconcelos, J. (Org.) **Recursos Humanos e Subjetividade.** Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

Davis, K. e Newstrom, J. **Gerenciando a mudança.** In: Comportamento humano no trabalho: uma abordagem organizacional. São Paulo: Pioneira, 1996.

Dubrin, A. J. **Fundamentos do comportamento organizacional.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

Dutra, J.S. **Gestão por competências:** Um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas. São Paulo: Gente, 2001.

Fleury, M.T.L. **Aprendizagem e gestão do conhecimento.** In: Dutra, J.S. Gestão por competências: Um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas. São Paulo: Gente, 2001.

Fleury, M.T.L. **Desafios e impasses na formação do gestor inovador**. In: Davel, E. e Vasconcelos, J. (Org.) Recursos Humanos e Subjetividade. (pp. 177-186). Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

Fleury, M.T.L. e Fischer, R.M. (Org.) **Cultura e poder nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1996.

Gil, A. C. **Gestão de pessoas: um enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

Goulart, I. B.; Sampaio, J. R. **Psicologia e Gestão de Recursos Humanos: estudos contemporâneos**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1998.

Krausz, R. R. **Coaching executivo: a conquista da liderança**. São Paulo: Nobel, 2007.
Morgan, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 2000.

Moscovici, F. **Renascença organizacional**. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

Oliveira, D. P. R. **Manual de consultoria empresarial: conceitos, metodologia, práticas**. São Paulo: Atlas, 1996.

Orlickas, E. **Consultoria interna de recursos humanos: conceitos, cases e estratégias**. São Paulo: Makron, 1998.

Rocha-Pinto, S. R. **Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

Stewart, T. A. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

Terra, J. C. C. **Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

Ulrich, D. **Recursos Humanos Estratégicos**. São Paulo: Futura, 2000.

Wood Junior, T. **Remuneração estratégica: a nova vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas, 2004.

Disciplina: Estratégias de Negociação

Ementa: Desenvolvimento das habilidades de negociação entre os participantes. Avaliação das posturas de negociação tanto próprias como de terceiros. Desenvolver táticas de negociação adequadas a cada situação. Análise das principais táticas aplicadas por negociadores experientes e desenvolver a percepção da tática que está sendo utilizada em situações negociais. Desenvolvimento do espírito ganha-ganha,

mas sem ingenuidade. Análise do processo de negociação internacional onde existe a participação de fatores culturais diferentes.

Referências:

FISCHER, R. e URY, W. (1985), **Como chegar ao SIM: a negociação de acordos sem concessões**. Tradução de Vera Ribeiro, Rio de Janeiro, Imago, 143 p. título original: Getting to yes.

FREUND, James, (1992). **A arte da negociação**: Como fechar bons negócios no mundo real, Tradução de Ieda Moriya, São Paulo, Editora Best Seller, 259 p, título original: Smart negotiations: how to make good deals in the real world

KOZICKI, Stephen, (1999). **Negociação Criativa**. Tradução de Ralph Hofman, São Paulo, Futura, 234 p. título original: Creative negotiating

LEWICKI, Roy, SAUNDERS, David, MINTON, John, (2002). **Fundamentos da Negociação**. Porto Alegre, Bookman, 304 p. título original: Essentials of negotiation

SPARKS, Donald, (1992). **A dinâmica da negociação efetiva**. São Paulo, Nobel 196 p., tradução de Reinaldo Guarany, título original: The dynamics of effective negotiation.

SANER, Raymond. **O negociador experiente**. Tradução de Eliana Rocha, São Paulo, Editora do Senac, 2002, 296 p. título original: The expert negotiator: strategy, tactics, motivation, behaviour, leadership.

Disciplina: Gerenciamento de Processos e Indicadores de Desempenho

Ementa: Sistema de gestão empresarial. Planejamento estratégico. Avaliação de desempenho: por que usar indicadores, antigos paradigmas, dimensões, níveis, gerenciamento por diretrizes. Gerenciamento de processos: razões para análise dos processos. Processos - uma visão geral. Etapas do aperfeiçoamento dos processos. Análise dos processos internos de trabalho. Análise do valor agregado. Implementação de melhorias nos processos. Criação de uma estrutura para gestão dos processos. Modelos de medição de desempenho.

Referências:

ARAUJO, Luis César G. de. **Organização, sistemas e métodos**: e as tecnologias de gestão organizacional. 4. ed. rev. atual.. São Paulo: Atlas, 2008. v.1.

Kaplan, R. S.; NORTON, D. P. **A Estratégia em Ação**: Balanced Scorecard. Harvard Business School Press, 1996.

ARTHUR A. Thompson Jr.; STRICKLAND III A. J. **Planejamento Estratégico: Elaboração, Implementação e Execução**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

CAMPOS, Vicente Falconi. **TQC controle da qualidade total** (no estilo japonês). 2. ed. Rio de Janeiro: Bloch, 1992.

CRUZ, Tadeu. **Sistemas, métodos e processos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

BARBARÁ, Saulo (Org.). **Gestão por Processo**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

DAVENPORT, Thomas H. **Reengenharia de processos: como inovar na empresa através da tecnologia da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

DELARETTI FILHO, Osmário; DRUMOND, Fátima Brant. **Itens de Controle e Avaliação de Processos**. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1994.

Disciplina: Gestão de Pessoas

Ementa: Cultura, contexto e planejamento de Recursos Humanos. Tendências. Compreensão e compartilhamento das estratégias, objetivos e propósitos organizacionais: alinhamento com a visão de futuro da empresa. Mudança Organizacional. Abordagem dos métodos de recrutamento e seleção, discutindo-os como práticas estratégicas na Captação e na Retenção de Pessoas. Legislação de Recursos Humanos. Conceitos, objetivos, gestão e importância do desempenho. Desenvolvimento e consolidação das competências em nível organizacional e gerencial. Remuneração: fatores determinantes, motivação e remuneração. Avaliação e acompanhamento de Performance.

Referências:

Davel, E. & Vasconcelos, J. (Org.) **Recursos Humanos e Subjetividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

Davis, K. & Newstrom, J. **Gerenciando a mudança**. In: Comportamento humano no trabalho: uma abordagem organizacional. São Paulo: Pioneira, 1996.

Di Stefano, R. O líder-Coach: **Líderes criando líderes**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

Duck, J. D. **O monstro da mudança nas empresas: as forças ocultas que interferem nas transformações organizacionais**. Rio de Janeiro: Campus: 2001.

Dutra, J.S. **Gestão por competências**: Um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas. São Paulo: Gente, 2001.

Gil, A. C. **Gestão de pessoas**: um enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2001.

Goulart, I. B. & Sampaio, J. R. **Psicologia e Gestão de Recursos Humanos**: estudos contemporâneos. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1998.

Krausz, R. R. **Coaching executivo**: a conquista da liderança. São Paulo: Nobel, 2007.

Leme, R. **Feedback para Resultados na Gestão por Competências pela Avaliação 360º**: guia prático para gestores do “dar e receber” feedback e a transformação em resultados. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.

Leme, R. **Avaliação de Desempenho com Foco em Competência**: A Base para a Remuneração por Competências. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.

Macêdo, I. I. **Aspectos comportamentais da gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

ORLICKAS, Elizenda. **Seleção como estratégia competitiva**: metodologia e prática na contratação de profissionais. São Paulo: Futura, 2001.

Rocha-Pinto, S. R. **Dimensões Funcionais da Gestão de Pessoas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

Ulrich, D. **Recursos Humanos Estratégicos**. São Paulo: Futura, 2000.

WOOD Jr, Thomas, PICARELLI Filho, Vicente. **Remuneração e carreira**: por habilidades e por competências. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

Disciplina: Gestão da Comunicação Organizacional

Ementa: Analisa o processo comunicacional nas empresas através de modelos e perspectivas, destacando redes, fluxos, canais, comunicações interna e externa, comunicação e o papel da liderança, comunicação formal X comunicação informal, instrumentos de comunicação, principais barreiras à comunicação eficaz, códigos de ética na comunicação, endomarketing, comunicação como ferramenta estratégica. Destaca as relações entre a comunicação e as diferentes tipologias empresariais, abordando os desafios para a disseminação da informação no ambiente das mesmas.

Referências:

BAHIA, Benedito Juarez. **Introdução à comunicação empresarial**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

CHANLAT, Alain e BÉDARD, Renée. **Palavras**: a ferramenta do executivo. In:

CHANLAT, Jean. **O indivíduo na organização**: dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1993.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.

MORGAN, Gareth Morgan. **Imagens da organização**: edição executiva. São Paulo: Atlas, 2000.

NASSAR, Paulo. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2000.

NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada**: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica, crises empresariais. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

_____. **Imagem empresarial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

PENTEADO, J. R. Whitaker. **Relações públicas nas empresas modernas**. 2. ed. Lisboa: Centro do Livro Brasileiro, 1969.

TORQUATO, Gaudêncio. **Comunicação empresarial, comunicação institucional**: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnica. São Paulo: Summus, 1986.

_____. **Cultura, poder, comunicação e imagens**: fundamentos da nova empresa. São Paulo: Pioneira, 1991.

_____. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

Disciplina: Metodologia da Pesquisa

Ementa: Apresentação das informações sobre orientação, planejamento, elaboração e avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC – modalidade Artigo). Caracterização de tipos de trabalho. Estrutura e análise de cenários, identificação e formulação do problema de pesquisa, caracterização das variáveis intervenientes. Definição de objetivos a perseguir para solução do problema. Definição de estratégias

de coleta de dados para confirmação de hipóteses ou alcance dos objetos. Tratamento e interpretação de dados. Formulação de conclusões. Papel dos referenciais teóricos.

Referências:

AAKER, David A et al. **Pesquisa de Marketing**. Tradução: Reynaldo Cavalheiro. São Paulo: Atlas, 2001.

ABNT. NBR6022: **Informação e documentação**: artigo em publicação periódica científica impressa: apresentação. Rio de Janeiro, 2003. 5 p.

ABNT. NBR6028: **Resumos**. Rio de Janeiro, 2003. 2 p.

ACEVEDO, Claudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de administração**: guia completo de conteúdo e forma. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

APPOLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de metodologia científica**: um guia para a produção de conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2004.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. Tradução: Gilson Cesar Cardoso de Souza. 21. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JAPIASSU, Hilton; MARCONDES, Danilo. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Jorge Zahar, 1993.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Tradução de Heloísa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre: Artes Médicas; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2006. 720 p.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. São Paulo : Atlas, 2001. 275 p.

MÜLLER, Mary Stela; CORNELSEN, Julce. **Normas e Padrões**: para teses, dissertações e monografias. 5ª ed. Londrina: Eduel, 2003

Disciplina: Business Game – Jogos de Empresas

Ementa: Os jogos de negócios. Os conceitos fundamentais de mercado. Estratégias competitivas e o planejamento estratégico. Simulação das operações de uma empresa.

Aplicações dos conhecimentos apreendidos ao longo do curso em atividades que simulam situações reais do cotidiano da atividade empresarial.

Referências:

GARDNER, Roy, **Juegos para empresarios e economistas**, Barcelona, Antonio Bosch, 1996.

GHEMAWAT, Pankaj, **Games Business Play**, Cambridge, The Massachusetts Institute of Technology Press, 1997.

McMILLAN, John, **Games, strategies and Managers**. Oxford, Oxford University Press, 1992.

VICENTE, Paulo. **Jogos de Empresas a fronteira do conhecimento em administração e negócios**. São Paulo: 2001.

Disciplina: Gestão da Produção

Ementa: Gestão de processos: processos do tipo projeto, do tipo job, do tipo batelada, do tipo linha, do tipo contínuo. Layout de processos, tipos de layout: flow-shop, celular, job-shop. Gestão da tecnologia: tecnologia do processo, do produto e da informação. Capacidade e sequenciamento. Organização do trabalho. O desenvolvimento dos sistemas Lean e a criação do pensamento Lean. A preparação para os processos Lean, avaliação do sistema, mapeamento da cadeia de valor, localização das fontes de desperdício.

Referências:

KRAJEWSKI, L.J. & RITZMAN, L.P. **Operations Management, Strategy and Analysis**. 5a edição. Editora Addison-Wesley, 1999.

LIKER, J. K. (Editor) **Becoming Lean: Inside Stories of U.S. Manufacturers**. Productivity Press, Portland, Oregon, 1997.

LIKER, Jeffrey K. **O modelo Toyota: 14 princípios de gestão do maior fabricante do mundo**. Porto Alegre, Bookman, 2005.

LAUGENI, P. & MARTINS, P. **Administração da Produção**. Editora Saraiva, 2001.

GAITHER, N. **Administração da Produção e Operações**. 8a. Ed. Editora Pioneira Thomson, 2001.

MEREDITH, J. **Administração da Produção para MBAs**. Editora Bookman, 2002.

ROTHER, Mike & SHOOK, John. **Aprendendo a Enxergar: Mapeando o Fluxo de Valor para Agregar Valor e Eliminar o Desperdício**. Lean Institute Brasil, São Paulo, 1998.

Disciplina: Gestão de Marketing

Ementa: Importância do marketing na sociedade. Evolução das transações comerciais. Desafios do marketing. Sistema de informações de marketing. Pesquisa de mercado. Comportamento do consumidor. Administração de marketing. Composto de marketing. Estratégia de produto. Estratégia de preços. Estratégia de distribuição. Estratégia de comunicação. Fidelização de clientes.

Referências:

BATESON, John E. G.; HOFFMAN, Douglas K. **Marketing de serviços**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 498p.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2006. 750p.

HOOLEY, Graham J.; PIERCY, Nigel F.; SAUNDERS, John A. **Estratégia de marketing e posicionamento**. 3. ed. São Paulo: Pearson Brasil, 2005. 480p.

KUMAR, Nilmya. **Marketing como estratégia**. Rio de Janeiro: Campus, 2004. 288p.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços: Marketing e Gestão**. São Paulo: Saraiva, 2001.

STEVENS, Robert; LOUDON, David; WRENN, Bruce e WARREN, William. **Planejamento de Marketing**. São Paulo, Makron Books, 2001.

Disciplina: Análise Gerencial de Custos

Ementa: Gestão estratégica de custos. Classificação dos gastos. Métodos de custeio. Estrutura do custo, preço e resultado. Análise de desempenho. Posicionamento estratégico e gestão estratégica de custos.

Referências:

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**. 5ªed., São Paulo, Atlas, 2010.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 8ª ed., São Paulo: Atlas, 2010.

SANTOS, Joel. **Contabilidade e análise de custos**. 5ª ed., São Paulo: Atlas, 2009.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Controladoria: estratégica e operacional**. 2ª ed., São Paulo: Cengage, 2011.

PEREZ JR. José H., OLIVEIRA, Luís M. & COSTA, Rogério G. **Gestão estratégica de custos**. São Paulo: Atlas, 2000.

Disciplina: Inovação em Produtos e Serviços

Ementa: Breve introdução sobre desenvolvimento de produto. Conceitos: inovação, invenção, melhoria e mudança. Gestão da inovação. Ambiente inovador. Inovação tecnológica, administrativa, de negócio e de gestão. Ciclo de vida de produtos. Estratégias de produtos e mercados. A criatividade, liderança e o planejamento de produto. Gestão de portfólio. Modelos de desenvolvimento integrado de produtos.

Referências:

WHEELRIGHT, S.C.; CLARK, K.B. **Revolutionizing product development**. The Free Press, Nova Iorque, 1992.

VALERIANO, Dalton (2000). **Gerenciamento estratégico e administração de projetos**. Makron Books, São Paulo.

CHURCHILL, Jr, GILBERT, A. e PETER, Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003, 626p.

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

SCHIFFMAN, Leon e KANUK, Leslie. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 2000, 475p.

AAKER, David; KUMAR Vinay & DAY, George S. **Pesquisa de Marketing**. Editora Atlas, 2004.

Disciplina: Gestão Estratégica da Logística

Ementa: Modelagem de sistemas empresariais: estrutura organizacional. Análise de fluxo logístico. Mapeamento de Processos. Gerenciamento de sistemas de produção.

Dimensionamento e controle de estoques. Política de manufatura e recebimento e inspeção de materiais. Classificação ABC. Política de manutenção de estoques. Automação da armazenagem e critérios para armazenagem de materiais. Análise de Supply Chain Management – SCM e Intralogística. Lean Manufacturing – Mapeamento do Fluxo de Valor (MFV). Estratégias de Suprimentos: terceirização, parcerias, compras, desenvolvimento de fornecedores, seleção de fornecedores, avaliação, falhas e soluções.

Referências:

BOOWERSOX, Donald.;CLOSS, David. **Logística Empresarial**. São Paulo: Ed. Atlas. 2001.581p.

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

BALLOU, Ronald. **Logística Empresarial**. São Paulo. Ed. Atlas. 1995. 388p.

Disciplina: Gestão Econômico-financeira

Ementa: Evolução da análise financeira: limites da ótica liquidativa. Análise da dinâmica operacional. Diagnóstico de uma empresa em crescimento: fuga antecipada ou espiral de crescimento. Diagnóstico de uma situação de crise: fatores de mobilidade ou inércia de uma empresa. Indicadores econômico-financeiros de performance. Gestão de tesouraria: contas a receber, contas a pagar, gestão de caixa. Relacionamento bancário. Planejamento de curto prazo. Planejamento ou previsão financeira em empresas de porte médio: plano de investimento e financiamento. Avaliação estratégica das previsões da empresa: abordagem global da empresa. Verificação do efeito tesoura na gestão operacional e cíclica.

Referências:

ASSAF NETO, Alexandre. **Administração do Capital de Giro**. São Paulo: Atlas, 2002.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 7 ed., São Paulo: Harbra, 1997.

ROSS, S.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo, Atlas, 2007.

BREALEY, R. A.; MYERS, S. C.; MARCUS, A. J. **Fundamentos da Administração Financeira**. São Paulo: McGraw-Hill Interamericana do Brasil, 2005.

OLIVEIRA, A. G. **Contabilidade Financeira**. São Paulo: Saraiva, 2002.

SCHRICKEL, W. H. **Demonstrações Financeiras: abrindo a caixa-preta**. São Paulo: Atlas, 1997.

SILVA, J. P. da. **Análise das Demonstrações Financeiras**. São Paulo: Atlas, 2000.

Disciplina: Gestão de Projetos

Ementa: Gestão de portfólio de projetos alinhada à estratégia geral da organização. Definição, conceitos básicos, fases e processos do ciclo de vida de um projeto. Principais envolvidos num projeto. Perfil do gerente de projetos. Diferenças entre projetos e processos. Iniciação, planejamento e estruturação de um projeto. Metodologia do PMI- PMBOK para elaborar, implantar, controlar e finalizar um projeto. Project charter, escopo, estrutura analítica, cronogramas e matriz de responsabilidade. Planejamento de tarefas, rede de atividades. Planejamento de recursos, orçamento, alocação, nivelamento e otimização de recursos. Avaliação de desempenho em projetos.

Referências:

PMBok (2004) – **Project Management Book of Knowledge**; 3rd Edition

Valeriano, Dalton (2000). **Gerenciamento estratégico e administração de projetos**. Makron Books, São Paulo.

Burke, Rory (1999). **Project Management: planning and control techniques**. John Wiley & Sons Editora. Chichester, UK.

Davies, Andrew; Hobday, Michael (2005). **The Business of Projects**. Cambridge Press

Keeling, Ralph (2002). **Gestão de projetos: uma abordagem global**. Ed. Saraiva. São Paulo.

4.3 Dados relativos ao Corpo Docente e ao Coordenador do Curso:

Disciplina: Gestão Estratégica	
Nome do professor	SILVIO TEITELBAUM
Titulação	Mestre em Administração com ênfase em Organizações pela UFRGS (1992). Graduado em Administração pela PUCRS.
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/7333562531529428
E-mail	silvio.trabalhos@gmail.com
Experiência acadêmica	Coordenou e dirigiu cursos de Administração na PUC-RS, UFRGS, FGV-RJ e ESPM nas áreas de Gestão e Marketing. Trabalhou como executivo na Odebrecht, ESPM e RBS. Atua como consultor de empresas há 16 anos como sócio-diretor da CAST – Consultores Associados Silvio Teitelbaum. Colunista da revista Best Home e comentarista do programa Câmera Pampa. Presidiu o comitê de Marketing da AMCHAM-RS de 2003 a 2007. Empresário do setor de eventos e gastronomia. Professor convidado nos cursos de MBA do IBGEN - Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios e UNESC.

Disciplina: Estratégias de Negociação	
Nome do professor	MAURO UHLIG MOCELLIN
Titulação	Mestrando em Siderurgia pela UFRGS. Especialista em Logística Empresarial pela FGV. Especialista em Gestão Empresarial pela FGV. Graduado em Engenharia Mecânica pela PUCRS.
Lattes (nº)	
E-mail	mauro.mocellin@gerdau.com.br
Experiência acadêmica	Atualmente é Gerente de Suprimentos e Negociador Líder Global da Gerdau Aços Longos do Brasil. Atuou em importantes empresas do setor automotivo, como DANA e International Navistar. Tem experiência internacional em processos de desenvolvimento e qualificação de fornecedores, na área de suprimentos. É experiente na área de Supply Chain, tendo desenvolvido reconhecidos trabalhos nesse tema e recebido importante reconhecimento da FNQ (Fundação Nacional da Qualidade) como Prática Destaque. É professor convidado dos cursos de MBA do IBGEN – Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios.

Disciplina: Análise Organizacional	
Disciplina: Gestão da Comunicação Organizacional	
Nome do professor	VALÉRIA DELUCA SOARES DE CARVALHO
Titulação	Doutora em Comunicação Social pelo PPGCom FAMECOS/PUCRS (2007). Mestre em Comunicação Social pela PUCRS (2004). Bacharel em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo pela UCPel (1993).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/5681080506383900
E-mail	valeria@ibgen.com.br

Experiência acadêmica	Atualmente é docente da Graduação e Pós-Graduação do Centro Universitário Metodista IPA; professora de Graduação e Pós-Graduação do IBGEN – Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios; professora convidada de cursos de Pós-Graduação do Centro Universitário Feevale e da UNESC (Criciúma – SC). Tem experiência na área de Comunicação, atuando principalmente nos temas Comunicação nas Organizações; Gestão da Informação e do Conhecimento. Foi docente do Centro Universitário Feevale, coordenando o curso de Pós-Graduação em Gestão Estratégica da Comunicação Empresarial e a TV Feevale. Atua por mais de 15 anos em Assessoria de Comunicação e em rádio e televisão.
------------------------------	---

Disciplina: Gestão de Pessoas	
Nome do professor	TÂNIA GOMES BISCHOFF
Titulação	Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Informática e Educação na UFRGS. Mestre em Psicologia Social e da Personalidade pela PUCRS (1996). Especialista em Psicologia Organizacional (1992). Graduada em Psicologia pela Unisinos (1985).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/8730326949750616
E-mail	tania@ensinare.com.br
Experiência acadêmica	Professora universitária. Possui formação em EAD, em capacitação em coordenação de grupos e em uso de metodologias de gerenciamento de pessoas. Tem experiência na área de Psicologia, com ênfase em Psicologia do Trabalho e Social, atuando em: organizações, psicologia no trabalho, grupos, subjetividade e gestão das relações humanas. Atualmente é professora na Graduação, programas de Pós-Graduação e coordenadora do Curso de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos no IBGEN – Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios. Atua como consultora em Gestão de Pessoas junto a organizações públicas e privadas.

Disciplina: Business Game – Jogos de Empresas	
Nome do professor	DORVAL OLÍVIO MALLMANN
Titulação	Doutor em Administração pela UFRGS (2000). Mestre em Administração pela UFRGS (1993). Graduado em Engenharia Elétrica pela UFRGS (1969) com especialização em Administração Financeira pela Fundação Getúlio Vargas - EASP de São Paulo (1971).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/6486741333013258
E-mail	dorvalmallmann@gmail.com

Experiência acadêmica	Atuou durante 20 anos como técnico e executivo em empresas de grande porte como IBM Brasil, Rhodia, Krupp e outras organizações nas áreas de produção, informática e planejamento estratégico. Atualmente é sócio da DOM Empresarial, professor convidado dos cursos de MBA do IBGEN – Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios, da FGV – RJ e da UCPel – RS. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em estratégia empresarial, planejamento estratégico, administração de tempo em projetos, processos decisórios, simulações empresariais e administração da produção.
------------------------------	--

Disciplina: Gerenciamento de Processos e Indicadores de Desempenho	
Nome do professor	SÉRGIO LUIZ VAZ DIAS
Titulação	Doutor em Engenharia de Produção pela UFRJ (2005). Mestre em Engenharia de Produção pela UFRGS (1997). Graduado em Engenharia Mecânica pela UNISINOS (1986).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/9718424002261651
E-mail	slvdias@terra.com.br
Experiência acadêmica	É professor do IBGEN – Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios e da UNISINOS. Tem experiência na área de Engenharia de Produção, com ênfases em sistemas de produção, engenharia de manutenção, planejamento estratégico e indicadores de desempenho. Atua principalmente nos seguintes temas: sistema Toyota de Produção - STP, teoria das restrições – TOC, planejamento estratégico da manutenção industrial, gestão de processos e indicadores de desempenho, layout industrial.

Disciplina: Metodologia da Pesquisa	
Nome do professor	EVERALDO DA SILVA
Titulação	Possui graduação (Bacharelado - 2001 e Licenciatura - 2002) em CIÊNCIAS SOCIAIS pela Fundação Universidade Regional de Blumenau, MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL pela Fundação Universidade Regional de Blumenau (2005) e DOUTORADO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA pela Universidade Federal de Santa Catarina (2010).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/0029501595403337
E-mail	evesociologia@gmail.com
Experiência acadêmica	Avaliador <i>Ad Hoc</i> do INEP/MEC de cursos de graduação. Professor e pesquisador desde 2002, atuando no ensino médio, na graduação e pós-graduação. Autor de livros e de materiais didáticos de cursos EAD.

Disciplina: Análise Gerencial de Custos	
Nome do professor	EDUARDO RADZIUK
Titulação	Mestre em Administração pela UFRGS (2004). Graduado em Ciências Econômicas pela UFRGS (1997).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/6947681909991718
E-mail	eradziuk@via-rs.net

Experiência acadêmica	Atua na área de TI desde 1982, tendo trabalhado no BRDE e Edisa-HP. É consultor de empresas especializado em Gestão de Projetos. Foi diretor de Projetos Especiais do PMI-RS de 2001 a 2002. Foi professor substituto da UFRGS e leciona na FARGS. É professor convidado nos cursos de pós-graduação do IMED e do IBGEN – Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios.
------------------------------	---

Disciplina: Gestão Econômico-financeira	
Nome do professor	JOSÉ EDUARDO ZDANOWICZ
Titulação	Doutor em Administração e Gestão Empresarial pela Universidad de León - Espanha (2003), revalidado pela UnB. Mestre em Economia pelo IEPE/UFRGS (1980). Graduado em Economia pela UFRGS (1975), graduado em Administração pela UFRGS (1978), graduado em Ciências Contábeis pela UFRGS (1983), licenciado em Filosofia pela UFRGS (1994), bacharel em Filosofia pela UFRGS (1995).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/1168697074596999
E-mail	profeduardoz@hotmail.com
Experiência acadêmica	Atualmente, é Professor Adjunto IV da UFRGS; professor da FGV, Faculdades Integradas de Taquara, IBGEN – Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios, UNESC, UNIVATES e UnC. Tem experiência nas áreas de Administração, Contabilidade e Economia com ênfase em Custos, Finanças, Controladoria, Orçamento, Gestão de Pessoas, Governança: familiar, corporativa e cooperativa.

Disciplina: Gestão da Produção	
Nome do professor	GUILHERME VAZQUEZ ETCHEVERRY
Titulação	Doutorando em Engenharia de Produção pela UFRGS. Mestrado em Engenharia de Produção pela UFRGS (2012). Graduado em Engenharia Elétrica e Eletrônica pela PUCRS (1998).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/0368116805827900
E-mail	getcheverry@producao.ufrgs.br
Experiência acadêmica	Atuou em várias empresas na área de Engenharia, como EPCOS, GKN do Brasil, COBRA Brasil, Cervejaria Brahma. Tem experiência na área de Engenharia de Produção, com ênfase em Sequenciamento, Produção Enxuta, Gestão de Processos, Gestão de Custos, Metodologia Seis Sigma, Logística e Distribuição. É professor convidado dos cursos de Pós-Graduação do IBGEN – Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios.

Disciplina: Gestão Estratégica da Logística	
Nome do professor	FRANCISCO ROBERTO MORENO DA SILVA
Titulação	Especialista em Engenharia de Produção – Fundação Universidade Regional de Blumenau e Técnico em Logística – pela UNIASSELVI.
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/8695838122629636
E-mail	frmoreno@terra.com.br

Experiência acadêmica	Professor na UNIFEBE nas disciplinas de operação de terminais e armazéns, gestão da cadeia de suprimentos, gestão de transportes, logística e gestão de canais de distribuição. Coordenador do curso técnico em logística do SENAI unidade de Blumenau. Professor no SENAI nas disciplinas de armazenagem automatizada, gestão de transportes e distribuição. Atuou em empresas com expressão nacional de grande e médio porte, nos segmentos, aéreo - rodoviário - marítimo e consultorias especializadas em logística, movimentação e automação em armazenagem de materiais. Atuou no desenvolvimento de projetos para indústrias alimentícia, farmacêutica, varejo, logística e EADI's. Diversos artigos publicados nos sites www.guialog.com.br , www.multistrata.com.br , em revistas e jornais que abordam o assunto. Vinte anos de experiência em logística de abastecimento, distribuição, armazenagem e transportes.
------------------------------	---

Disciplina: Gestão de Marketing	
Nome do professor	MIRELLE GALVÃO BEULKE
Titulação	Mestre em Administração pela UFRGS (1998). Graduada em Administração de Empresas pela UFRGS (1992).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/4107601888412352
E-mail	mirelle@ibgen.com.br
Experiência acadêmica	Atualmente é professora assistente da PUCRS, professora convidada da UNOESC, professora da Universidade de Santa Cruz do Sul e professora convidada dos cursos de MBA do IBGEN - Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração de Empresas, atuando principalmente no tema satisfação de clientes.

Disciplina: Gestão de Projetos	
Nome do professor	OVÍDIO FELIPPE PEREIRA DA SILVA JUNIOR
Titulação	Doutor em Engenharia de Produção e Sistemas pela UFSC (2006). Mestre em Engenharia de Produção e Sistemas pela UFSC (2000). Graduado em Administração de Empresas pela PUCRS (1984).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/8513619305427013
E-mail	ofelippe@univali.br
Experiência acadêmica	Coordenador de curso de especialização MBA em Gerência de Projetos. Coordenador curso de graduação em Engenharia de Produção. Professor titular da Universidade do Vale do Itajaí. Tem experiência nas áreas de Engenharia de Produção, Administração e Ciência da Computação, com ênfase nos temas: Gerência de Projetos, Sistemas de Informação Gerencial, Sistemas de Marketing de Relacionamento com Clientes, Inteligência Competitiva, Empreendedorismo, Gestão da Inovação, Liderança e Coaching.

Disciplina: Inovação em Produtos e Serviços	
Nome do professor	JAIME GROSS GARCIA

Titulação	Mestre em Desenvolvimento Regional pela USC (2000). Graduado em Informática (Ciências da Computação) pela PUCRS (1989).
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/6355149146057093
E-mail	jaim@ibgen.com.br
Experiência acadêmica	Atualmente é professor titular do Centro Universitário Metodista – IPA e professor de graduação do IBGEN - Instituto Brasileiro de Gestão de Negócios. É professor convidado dos cursos de MBA do IBGEN, FUNDATEC, UNESC, Universidade Corporativa Mãe de Deus, UNOESC e Academia da Brigada Militar do RS. Tem experiência na área de gestão de TI, gerência de ERP, agronegócios, desenvolvimento regional, gestão acadêmica e administração, com ênfase em Inteligência nos Negócios (Business Intelligence). Atua principalmente nos seguintes temas: competitividade, sistemas de informação, agronegócios, empreendedorismo, desenvolvimento regional, gestão de tomada de decisão, inteligência nos negócios, redes sociais digitais, sistemas de apoio a decisão, gestão do conhecimento e inovação, gerações X, Y e Z.

4.4 Dados Estatísticos do Corpo Docente:

a) Informações gerais:

Nº total de docentes que ministrarão o curso: 14

Nº docentes pertencentes ao quadro permanente da UNIFEFE: 2

Nº de docentes externos à UNIFEFE: 12

b) Titulação:

Nº de Especialistas: 2

Nº de Mestres: 6

Nº de Doutores: 6

4.5 Metodologia de Ensino:

As aulas serão ministradas às segundas-feiras e terças-feiras à noite, semanalmente, conforme cronograma. Cabe ressaltar a possibilidade de alteração do local e horário de funcionamento, com conhecimento e aprovação da Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão e total aceitação da turma.

Em consonância com o Regulamento da Pós Graduação aprovado pela resolução CA nº 43/11, de 30/11/11, as aulas poderão ser oferecidas na modalidade

presencial conforme cronograma ou **semipresencial** respeitada a carga horária estabelecida de 20% da carga horária total da disciplina.

Como metodologia de ensino, as aulas poderão ser expositivas, com debates, seminários, trabalhos em grupo, ficando a avaliação do desempenho dos alunos sob a responsabilidade do professor.

Nenhuma disciplina do curso de graduação pode ser usada para crédito de especialização.

a) Critérios para aprovação nas disciplinas:

O aproveitamento do rendimento do aluno será avaliado por meio de verificações, em cada disciplina, sendo a nota final expressa em conceitos, com as seguintes equivalências:

CONCEITO	SIGNIFICAÇÃO	REF. NUMÉRICO
<i>A</i>	<i>Excelente</i>	<i>9,0 a 10,0</i>
<i>B</i>	<i>Bom</i>	<i>7,0 a 8,9</i>
<i>C</i>	<i>Regular</i> <i>(Deverá ser compensado por conceito (A) em outra disciplina, para efeitos de média geral de aprovação)</i>	<i>5,0 a 6,9</i>
<i>D</i>	<i>Insuficiente</i>	<i>0,0 a 4,9</i>

- A obtenção de no mínimo, média global “B”, acrescido de frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) das aulas ministradas, em cada disciplina, confere o direito à aprovação ao número de créditos cursados.
- Para cada conceito “C” obtido na realização de uma disciplina, o discente deverá compensar com um conceito “A” em outra disciplina para manutenção da média global igual ou superior a “B”.
- Ao aluno que concluir o TCC (Artigo Científico) e todas as disciplinas com frequência e conceito exigidos, será emitido o Certificado de **Especialista em Gestão Empresarial**.

- Receberá Certificado de **Aperfeiçoamento** o aluno que, embora não concluindo o curso nas modalidades dispostas acima, tenha completado, com frequência e aproveitamento, no mínimo 180 horas de conteúdo específico.
- Receberá Certificado de **Atualização** o aluno que, embora não concluindo o curso nas modalidades dispostas acima, tenha completado, com frequência e aproveitamento, no mínimo 179 horas de conteúdo específico.
- A entrega do conceito final para cada disciplina não deverá exceder o prazo de 30 (trinta) dias, contados do dia da entrega do trabalho final ao professor responsável.

b) Avaliação Final - TCC (Artigo Científico):

A elaboração do artigo científico é de responsabilidade do aluno e poderá se iniciar a partir do oferecimento da disciplina de Metodologia da Pesquisa, sendo que a entrega final deverá ser efetuada em até 06 (seis) meses após o término da última disciplina. Somente em situações excepcionais o prazo da entrega do artigo científico poderá ser prorrogado por até 02 (dois) meses, a juízo do professor de Metodologia da Pesquisa e da Coordenação do respectivo curso.

As normas para elaboração do artigo científico estão contidas no *Regulamento da Revista da UNIFEBE*.

c) Recursos físicos e materiais a serem utilizados:

- Local e Horário de Funcionamento: Cabe ressaltar a possibilidade de alteração do local e do horário de funcionamento. Porém, será definido com a turma.
- Instituições (salas de aula, laboratórios, etc.): sala de aula equipada com projetor multimídia.
- Biblioteca (acervo bibliográfico): A instituição disponibilizará aos acadêmicos o acervo existente na Biblioteca da UNIFEBE em Brusque-SC. Obras indicadas pelos professores e que não constam na biblioteca deverão/poderão ser adquiridas pelos alunos.
- Recursos de Informática: mediante agendamento prévio no Laboratório de Informática da UNIFEBE.

d) Processo Seletivo:

Inscrição para seleção: a seleção será feita pela média geral do histórico escolar do ensino médio.

Pré-requisitos para ingresso no curso:

- Formulário de Inscrição;
- Cópia do diploma do curso superior (frente e verso);
- Cópia do histórico escolar do curso de graduação (frente e verso);
- 1 foto 3x4;
- Cópia da Carteira de Identidade;
- Pagamento da taxa de inscrição.

5 RECOMENDAÇÕES