



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE
Campus Santo Antônio de Pádua
AVENIDA JOÃO JAZBICK, S/N, None, AEROPORTO, SANTO ANTONIO DE PADUA / RJ, CEP 28470-000
Fone: (22) 3853-9650

PLANO DE ENSINO 84/2025 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2025

1) IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR	
Componente Curricular	Gestão da Qualidade
Abreviatura	Não se aplica
Carga horária presencial	80h, 80h/a
Carga horária a distância	Não se aplica
Carga horária de atividades teóricas	80h, 80h/a, 100%
Carga horária de atividades práticas	Não se aplica
Carga horária de atividades de Extensão	Não se aplica
Carga horária total	80h, 80h/a
Carga horária/Aula Semanal	4 horas
Professor	Vinícius Moraes Carvalho
Matrícula Siape	3493335
2) EMENTA	
Conhecimentos sobre os fundamentos da qualidade; análise histórica da evolução da qualidade e a importância dos pensadores em qualidade; conceituação e caracterização do TQC e TQM; compreensão e a aplicação de suas ferramentas usadas na identificação e seleção de problemas, análise e identificação de causas e a atuação corretiva; caracterização dos ciclos de controle da qualidade (CCQ) e conceituação do desdobramento da função de qualidade (QFD); análise da normalização e certificação ISO; importância da estatística no controle da qualidade e na melhoria de processos. Ferramentas de avaliação da qualidade. Ciclo PDCA. Análise e melhoria de processo. Conexão com os Clientes.	
3) OBJETIVOS DO COMPONENTE CURRICULAR	
<ul style="list-style-type: none">• Preparar o aluno para a ação e o hábito da qualidade, identificando as oportunidades, melhoria e questionamentos dos processos, buscando maximizar o desenvolvimento contínuo.• Compreender o processo da qualidade e sua aplicação, satisfação do cliente, sistema de gestão, política da qualidade, objetivo da qualidade e gestão da qualidade.• Trabalhar os conceitos e práticas de planejamento da qualidade, controle da qualidade, melhoria da qualidade, melhoria contínua, garantia da qualidade, processo, produtividade, produto, não-conformidade, defeito, ação preventiva, ação corretiva, inspeção, análise crítica, auditoria, PNQ e normas ISO.• Aplicar as ferramentas da qualidade em estudo de casos.	
4) JUSTIFICATIVA DA UTILIZAÇÃO DA MODALIDADE DE ENSINO	
Não se aplica, curso presencial.	
5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO	

5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO
<div> <div>() Projetos como parte do currículo</div> <div>() Programas como parte do currículo</div> <div>() Prestação graciosa de serviços como parte do currículo</div> <div>() Cursos e Oficinas como parte do currículo</div> <div>() Eventos como parte do currículo</div> </div>
<p>Resumo:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Justificativa:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Objetivos:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Envolvimento com a comunidade externa:</p> <p>Não se aplica.</p>
6) CONTEÚDO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade. 4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”. 5. Qualidade e Produtividade: uma análise do binômio. 6. Controle da qualidade total (TQC) e suas ferramentas de controle. 7. Gestão da qualidade total (TQM) e suas ferramentas de gestão. 8. TQC versus TQM. 9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão. 11. Normalização e certificação. 12. Estudo dos sistemas de normas ISO. 13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000. 14. Importância da estatística no controle da qualidade de processos. 15. Controle estatístico de processos (CEP). 16. Ferramentas de avaliação da qualidade. 17. Ciclo PDCA.
7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS
<p>Os procedimentos metodológicos são os descritos abaixo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aula expositiva dialogada - É a exposição do conteúdo, com a participação ativa dos alunos, cujo conhecimento deve ser considerado e pode ser tomado como ponto de partida. O professor leva os estudantes a questionarem, interpretar e discutirem o objeto de estudo, a partir do reconhecimento e do confronto com a realidade. Deve favorecer a análise crítica, resultando na produção de novos conhecimentos. Propõe a superação da passividade e imobilidade intelectual dos estudantes. • Estudo dirigido - É o ato de estudar sob a orientação e diretividade do professor, visando sanar dificuldades específicas. Prevê atividades individuais, grupais, podendo ser socializadas: (i.) a resolução de questões e situações-problema, a partir do material de estudado; (ii.) no caso de grupos de entendimento, debate sobre o tema estudado, permitindo a socialização dos conhecimentos, a discussão de soluções, a reflexão e o posicionamento crítico dos estudantes ante à realidade da vida. • Atividades em grupo ou individuais - espaço que propicie a construção das ideias, portanto, espaço onde um grupo discuta ou debata temas ou problemas que são colocados em discussão. • Pesquisas - Análise de situações que tenham cunho investigativo e desafiador para os envolvidos. • Avaliação formativa - Avaliação processual e contínua, de forma a examinar a aprendizagem ao longo das atividades realizadas (produções, comentários, apresentações, criação, trabalhos em grupo, entre outros). <p>São utilizados como instrumentos avaliativos: provas escritas individuais e provas escritas e/ou trabalhos coletivos. Todas as atividades são avaliadas segundo o desenvolvimento das resoluções, sendo instrumentalizado a partir da quantidade de acertos. Para aprovação, o estudante deverá obter um percentual mínimo de 60% (sessenta por cento) do total de acertos, que será convertido em nota de 0 (zero) a 100 (cem).</p> <p>Constarão durante o percurso da disciplina três avaliações (A1, A2 e A3). A nota final do aluno será obtida através da média simples das duas avaliações, Avaliação 1 (A1) e Avaliação 2 (A2), sendo considerado aprovado o aluno que obtiver nota igual ou superior a 60 pontos.</p> <p>A recuperação de aprendizagem obedecerá às normas e procedimentos regulamentares do Instituto Federal Fluminense, sendo admitido ao aluno a realização de uma avaliação individual denominada Avaliação 3 (A3) que substituirá a menor nota entre a A1 e A2.</p>

8) RECURSOS FÍSICOS, MATERIAIS DIDÁTICOS, TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E LABORATÓRIOS
<p>Laboratório de Administração e laboratório de Informática contendo pelo menos 24 computadores conectados com a internet. Quadro branco, pinceis de três cores diferentes, apagador, projetor com saída HDMI e caixa de som.</p>

9) VISITAS TÉCNICAS E AULAS PRÁTICAS PREVISTAS		
Local/Empresa	Data Prevista	Materiais/Equipamentos/Ônibus
Não se aplica		
Por conta da metodologia utilizada, as aulas práticas acontecem utilizando o material descrito no item 8.		

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
Data	Conteúdo / Atividade docente e/ou discente
1ª aula (4h/a) 05/09/2025	Apresentação da Disciplina. Formas de Avaliação. 1.Definição e conceitos de qualidade. 1.2. Introdução de Gestão da Qualidade.
2ª aula (4h/a) 12/09/2025	2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.
3ª aula (4h/a) 19/09/2025	2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.
4ª aula (4h/a) 26/09/2025	2.Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.
05ª aula (4h/a) 03/10/2025	2.Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
6ª aula (4h/a) 04/10/2025	4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.
7ª aula (4h/a) 10/10/2025	5. Qualidade e Produtividade: uma análise do binômio.
8ª aula (4h/a) 17/10/2025	6. Controle da qualidade total (TQC) e suas ferramentas de controle. 7. Gestão da qualidade total (TQM) e suas ferramentas de gestão. 8. TQC versus TQM.
9ª aula (4h/a) 24/10/2025	6. Controle da qualidade total (TQC) e suas ferramentas de controle. 7. Gestão da qualidade total (TQM) e suas ferramentas de gestão. 8. TQC versus TQM.
10ª aula (4h/a) 31/10/2025	Avaliação 1 (A1) Trabalho Coletivo (20%) e Avaliação Escrita (80%), correspondendo ao conteúdo estudado até a data da avaliação.
11ª aula (4h/a) 07/11/2025	Vista de Avaliação 1. 9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
12ª aula (4h/a) 14/11/2025	11. Normalização e certificação. 12. Estudo dos sistemas de normas ISO. 13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000. e ISO/9001:2015
13ª aula (4h/a) 28/11/2025	14. Importância da estatística no controle da qualidade de processos. 15. Controle estatístico de processos (CEP). 16. Ferramentas de avaliação da qualidade.
14ª aula (4h/a) 05/12/2025	16. Ferramentas de avaliação da qualidade. 17. Ciclo PDCA.
15ª aula (4h/a) 12/12/2025	Avaliação 2 (A2) Trabalho Coletivo (20%) e Avaliação Escrita (80%), correspondendo ao conteúdo estudado até a data da avaliação.
16ª aula (4h/a) 19/12/2025	Vista de Avaliação A2.
17ª aula (4h/a) 06/02/2026	Avaliação 3 (A3) A recuperação de aprendizagem obedecerá às normas e procedimentos regulamentares do Instituto Federal Fluminense, sendo admitido ao aluno a realização de uma avaliação individual, no valor de 100 pontos, denominada Avaliação 3 (A3) que substituirá a menor nota entre a A1 e A2. Exercícios de aplicação do conteúdo.
18ª aula (4h/a) 27/02/2026	Fechamento das Notas. Revisão da Matéria. Artigos.
11) BIBLIOGRAFIA	
11.1) Bibliografia básica	11.2) Bibliografia complementar

11) BIBLIOGRAFIA	
<p>ARAÚJO, Luís César Gonçalves de. Organização, sistemas e métodos e as modernas ferramentas de gestão organizacional: arquitetura organizacional, benchmarking, empowerment, gestão pela qualidade total, reengenharia. São Paulo: Atlas, 2003. 311p.</p> <p>CAMPOS, Vicente Falconi. Controle da Qualidade Total (no estilo japonês). Belo Horizonte: UFMG, 4ª ed. 1992.</p> <p>PALADINI, Edson Pacheco. Gestão da Qualidade: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2004.</p>	<p>FALCONI, V. C. TQC: Controle da Qualidade Total. 8a Edição. Nova Lima: INDG, 2004.</p> <p>FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. Administração de Serviços: Operações, Estratégia e Tecnologia de informação. 2a Edição. Porto Alegre: Bookman, 2000.</p> <p>JOHNSTON, Robert; CHAMBERS, Stuart; SLACK, Nigel. Administração da produção. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. Administração da Produção 3a Edição. São Paulo: Atlas, 2009.</p> <p>WERKEMA, M. C. Ferramentas Estatísticas Básicas para o Gerenciamento de Processos. Belo Horizonte: Werkema, 2006.</p>
12) OBSERVAÇÕES	
<p>*O Cronograma de Desenvolvimento pode sofrer pequenas alterações devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.</p>	

Vinícius Moraes Carvalho
Professor
Componente Curricular Gestão da Qualidade

Vandré Antonio de Assis Gomes
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Vinicius Moraes Carvalho, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 22/09/2025 18:53:59.
- **Vandre Antonio de Assis Gomes, COORDENADOR(A) - FUC0001 - CCSBACSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 23/09/2025 11:23:55.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 22/09/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.iff.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 683600
Código de Autenticação: 5f56efc44e





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE
Campus Santo Antônio de Pádua
AVENIDA JOÃO JAZBICK, S/N, None, AEROPORTO, SANTO ANTONIO DE PADUA / RJ, CEP 28470-000
Fone: (22) 3853-9650

PLANO DE ENSINO 87/2025 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2025-2

1) IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR	
Componente Curricular	Gestão de Custos
Abreviatura	Não se aplica
Carga horária presencial	80h/a, 100%
Carga horária a distância (caso o curso seja presencial, esse campo só deve ser preenchido se essa carga horária estiver prevista em PPC. A carga horária a distância deve observar o limite máximo previsto na legislação vigente referente a carga horária total do curso.)	0h/, 0%
Carga horária de atividades teóricas	80h/a, 100%
Carga horária de atividades práticas	0h/a, 0%
Carga horária de atividades de Extensão	0h/a, 0%
Carga horária total	80h, 80h/a
Carga horária/Aula Semanal	4h/a
Professor	João Luiz Lima Marins
Matrícula Siape	3492247
2) EMENTA	
Conceitos básicos de custo, suas classificações e sua relação com a gestão estratégica das organizações. Estudo dos métodos de custeio e ferramentas de planejamento organizacional com foco no custo. Abordagem conceitual básica de orçamento aplicado a gestão de custos.	
3) OBJETIVOS DO COMPONENTE CURRICULAR	
Abordar conceitos preliminares acerca da análise e contabilidade de custos; Apresentar os métodos de custeio; Descrever os métodos de planejamento baseado em custos; Demonstrar ferramentas básicas de orçamentos baseados na gestão de custos.	
4) JUSTIFICATIVA DA UTILIZAÇÃO DA MODALIDADE DE ENSINO	
Não se aplica.	
5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO	

5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO
<p>Não se aplica.</p> <div> <div>() Projetos como parte do currículo</div> <div>() Programas como parte do currículo</div> <div>() Prestação graciosa de serviços como parte do currículo</div> <div>() Cursos e Oficinas como parte do currículo</div> <div>() Eventos como parte do currículo</div> </div>
<p>Resumo:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Justificativa:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Objetivos:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Envolvimento com a comunidade externa:</p> <p>Não se aplica.</p>
6) CONTEÚDO
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
<p>1. Análise de custos</p> <p>1.1. Contabilidade de custos</p> <p>1.2. Gastos: custos, desembolsos, despesas, investimentos e perdas</p> <p>1.3. Gastos diretos e indiretos</p> <p>1.4. Classificação dos custos</p> <p>1.5. Departamentalização e sistemas de custos</p> <p>2. Métodos de custeio</p> <p>2.1. Custeio por absorção</p> <p>2.2. Custo padrão</p> <p>2.3. Custeio ABC</p> <p>2.4. Análise de custos</p> <p>3. Planejamento</p> <p>3.1. Planejamento estratégico e orçamento</p> <p>3.2. Orçamento empresarial</p> <p>3.3. Orçamento de vendas</p> <p>3.4. Orçamento de produção</p> <p>4. Orçamentos de custos e despesas</p> <p>4.1. Orçamento de custo de matéria prima</p> <p>4.2. Orçamento de custo de mão de obra</p> <p>4.3. Orçamento de custos indiretos</p> <p>4.4. Orçamento de despesas de vendas</p> <p>4.5. Orçamento de despesas administrativas</p>
7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS		
<p>Os procedimentos metodológicos são os descritos abaixo:</p> <p>Aula expositiva dialogada - Se dará por meio da exposição do conteúdo, com a participação ativa dos alunos, cujo conhecimento deve ser considerado e pode ser tomado como ponto de partida. O professor leva os estudantes a questionarem, interpretar e discutirem o objeto de estudo, a partir do reconhecimento e do confronto com a realidade. Deve favorecer a análise crítica, resultando na produção de novos conhecimentos.</p> <p>Atividades em grupo ou individuais - espaço que propicie a construção das ideias, portanto, espaço onde um grupo discuta ou debata temas ou problemas que são colocados em discussão.</p> <p>Avaliação formativa - Avaliação processual e contínua, de forma a examinar a aprendizagem ao longo das atividades realizadas (produções, comentários, apresentações, criação, trabalhos em grupo, entre outros).</p> <p>São utilizados como instrumentos avaliativos: provas escritas individuais e provas escritas e/ou trabalhos coletivos. Todas as atividades são avaliadas segundo o desenvolvimento das resoluções, sendo instrumentalizado a partir da quantidade de acertos. Para aprovação, o estudante deverá obter um percentual mínimo de 60% (sessenta por cento) do total de acertos, que será convertido em nota de 0 (zero) a 100 (cem).</p> <p>Constarão durante o percurso da disciplina três avaliações (A1, A2 e A3). A média na disciplina corresponderá a média aritmética entre as duas maiores notas entre as três avaliações.</p> <p>Sendo possibilitado ao aluno a recuperação paralela das atividades aplicadas, quando se fizer necessário.</p>		
8) RECURSOS FÍSICOS, MATERIAIS DIDÁTICOS E LABORATÓRIOS		
<p>Projeção de conteúdos em arquivo de apresentação; apresentação de conteúdos escritos em quadro; listas de exercícios disponibilizadas em arquivos digitais e impressas.</p>		
9) VISITAS TÉCNICAS E AULAS PRÁTICAS PREVISTAS		
Local/Empresa	Data Prevista	Materiais/Equipamentos/Ônibus
Não se aplica	Não se aplica	
10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO		
Data	Conteúdo / Atividade docente e/ou discente	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
<p>Semestre único - (80h/a) Início: 01 de setembro de 2025 Término: 04 de março de 2026</p>	<p>Semana 1: Introdução à análise de custos.</p> <p>Semana 2: Contabilidade de custos.</p> <p>Semana 3: Gastos: custos, desembolsos, despesas, investimentos e perdas.</p> <p>Semana 4: Exercícios.</p> <p>Semana 5: Gastos diretos e indiretos.</p> <p>Semana 6: Classificação dos custos.</p> <p>Semana 7: Departamentalização e sistemas de custos.</p> <p>Semana 8: Exercícios.</p> <p>Semana 9: Introdução aos métodos de custeio.</p> <p>Semana 10: Custeio por absorção.</p> <p>Semana 11: Exercícios.</p> <p>Semana 12: Custo padrão.</p> <p>Semana 13: Exercícios.</p> <p>Semana 14: Custeio ABC.</p> <p>Semana 15: Análise de custos.</p> <p>Semana 16: Exercícios.</p> <p>Semana 17: Apresentação de seminário em grupo.</p> <p>Semana 18: Prova individual (A2).</p> <p>Semana 19: Introdução ao planejamento em custos.</p> <p>Semana 20: Planejamento estratégico e orçamento.</p> <p>Semana 21: Orçamento empresarial.</p> <p>Semana 22: Exercícios.</p> <p>Semana 23: Orçamento de vendas.</p> <p>Semana 24: Exercícios.</p> <p>Semana 25: Orçamento de produção.</p> <p>Semana 26: Exercícios.</p> <p>Semana 27: Introdução aos orçamentos de custos e despesas.</p> <p>Semana 28: Orçamento de custo de matéria-prima.</p> <p>Semana 29: Exercícios.</p> <p>Semana 30: Orçamento de custo de mão de obra.</p> <p>Semana 31: Exercícios.</p> <p>Semana 32: Orçamento de custos indiretos.</p> <p>Semana 33: Exercícios.</p> <p>Semana 34: Orçamento de despesas de vendas.</p> <p>Semana 35: Exercícios.</p> <p>Semana 36: Orçamento de despesas administrativas.</p> <p>Semana 37: Exercícios.</p> <p>Semana 38: Apresentação de seminário em grupo.</p> <p>Semana 39: Prova individual (A2).</p> <p>Semana 40: Entrega de notas e encerramento do semestre.</p> <p>Recuperação semestral.</p>
Trabalho individual - 20 pontos	Exercícios práticos feitos nas aulas.
Apresentação de seminário em grupo - 20 pontos	A equipe deverá desenvolver um seminário e um trabalho escrito (temas a definir).

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
Avaliação - 60 pontos	Serão aplicadas duas avaliações escritas, presencial e individual, compondo a A1 e A2, no valor de 60 pontos cada.
Recuperação - 100 pontos	<p>O professor poderá em caso de necessidade de recuperação paralela, oferecer ao aluno uma oportunidade para recuperação após o período avaliativo da A1 e A2.</p> <p>Poderá ser aplicada a avaliação substitutiva A3, ao final do período, que substituirá a menor nota entre A1 e A2, caso o aluno ainda não tenha alcançado o mínimo de 60% para aprovação, após as recuperações paralelas.</p>
11) BIBLIOGRAFIA	
11.1) Bibliografia básica	11.2) Bibliografia complementar
<p>MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2010.</p> <p>MOREIRA, José Carlos. Orçamento empresarial: manual de elaboração. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002.</p> <p>SANTOS, Joel José. Manual de contabilidade e análise de custos. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2017.</p>	<p>BERBEL, J. D. S. Introdução à contabilidade e análise de custos: simples e prático. São Paulo: STS, 2003.</p> <p>BERTI, Anélcio. Contabilidade e Análise de Custos. 3 ed. São Paulo: Juruá Editora, 2017.</p> <p>CREPALDI, Silvio Aparecido. Contabilidade gerencial: teoria e prática. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>MARION, José Carlos. Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2005.</p> <p>PADOVEZE, Clóvis Luís; TARANTO, Fernando Cesar. Orçamento empresarial: novos conceitos e técnicas. 1 ed. São Paulo: Pearson.</p>

João Luiz Lima Marins

Professor
Componente Curricular Gestão de Custos

Vandré Antônio de Assis Gomes

Coordenador
Bacharelado em Administração

Documento assinado eletronicamente por:

- **João Luiz Lima Marins, PROF ENS BAS TEC TECNOLÓGICO-SUBSTITUTO**, em 24/09/2025 15:41:21.
- **Vandre Antonio de Assis Gomes, COORDENADOR(A) - FUC0001 - CCSBACSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 24/09/2025 16:12:58.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 24/09/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.iff.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 684204
Código de Autenticação: 334dbb2a37





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE
Campus Santo Antônio de Pádua
AVENIDA JOÃO JAZBICK, S/N, None, AEROPORTO, SANTO ANTONIO DE PADUA / RJ, CEP 28470-000
Fone: (22) 3853-9650

PLANO DE ENSINO 66/2025 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2025

1) IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR	
Componente Curricular	Marketing II
Abreviatura	Não se aplica
Carga horária presencial	80h, 80h/a
Carga horária a distância	Não se aplica
Carga horária de atividades teóricas	80h, 80h/a, 100%
Carga horária de atividades práticas	Não se aplica
Carga horária de atividades de Extensão	Não se aplica
Carga horária total	80h, 80h/a
Carga horária/Aula Semanal	4 horas
Professor	Geisa Pereira Marcilio Nogueira
Matrícula Siape	3389775
2) EMENTA	
Conceitos básicos de Marketing de serviços. Determinantes do Comportamento do Cliente de serviços. A disposição mental do cliente. O processo decisório do cliente individual. Pesquisa de Marketing. Endomarketing. Marketing de relacionamento. Planejamento de Marketing.	
3) OBJETIVOS DO COMPONENTE CURRICULAR	
Proporcionar aos alunos a compreensão e Administração de Marketing de Serviços no contexto empresarial; Analisar o comportamento do consumidor de serviços, conhecer as características dos serviços oferecidos pelas empresas e utilização dos diversos compostos de comunicação em marketing de serviços; Compreender as principais metodologias de Pesquisa e Planejamento de Marketing; Apresentar a importância e ferramentas de endomarketing e Marketing de Relacionamento.	
4) JUSTIFICATIVA DA UTILIZAÇÃO DA MODALIDADE DE ENSINO	
Não se aplica, curso presencial.	
5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO	
<div>() Projetos como parte do currículo</div> <div>() Programas como parte do currículo</div> <div>() Prestação graciosa de serviços como parte do currículo</div> <div>() Cursos e Oficinas como parte do currículo</div> <div>() Eventos como parte do currículo</div>	
Resumo:	
Não se aplica.	

5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO
<p>Justificativa:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Objetivos:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Envolvimento com a comunidade externa:</p> <p>Não se aplica.</p>
6) CONTEÚDO

6) CONTEÚDO

1. Comportamento do cliente de Serviços

- 1.1. O Cliente.
- 1.2. Importância do comportamento do cliente em administração;
- 1.3. Três papéis do cliente: usuário, pagante, comprador;
- 1.4. Valores de mercado que os clientes buscam;

2. Determinantes do Comportamento do Cliente de Serviços

- 2.1. Características de mercado: clima, topografia e ecologia;
- 2.2. Contexto de mercado: economia, governo e tecnologia;
- 2.3. Contexto pessoal: cultura, grupos de referência e valor pessoal;
- 2.4. Características pessoais: genética, etnia, gênero, idade e personalidade;
- 2.5. Tendências dos determinantes do comportamento do cliente;

3. A Disposição Mental do Cliente

- 3.1. O cliente como alguém que percebe e aprende;
- 3.2. Motivação do cliente: necessidades, emoções e psicografia;
- 3.3. Diferenciação e segmentação de mercado: respondendo às diferenças dos clientes;

4. Marketing de Serviços

- 4.1. Definições de serviços; motivadores e modelos de análise do marketing de serviços;
- 4.2. Foco no cliente: comportamento do consumidor em serviços; expectativas e percepções dos clientes acerca dos serviços
- 4.3. Ouvindo as solicitações dos clientes: construindo relacionamentos com clientes; recuperação de serviços;
- 4.4. Alinhando a estratégia com o formato e os padrões de serviços: desenvolvimento e formatação de serviços; padrões de serviços definidos pelos clientes; evidência física e o cenário de serviços;
- 4.5. Fornecendo e executando o serviço: papéis dos funcionários na prestação do serviço; papéis dos clientes na prestação do serviço; prestando serviços por meio de intermediários e de canais eletrônicos; administrando demanda e capacidade;
- 4.6. Administrando as promessas de serviços: comunicação integrada de marketing de serviços; a precificação dos serviços

5. Marketing Estratégico

- 5.1. Estratégias direcionadas para o mercado: relações com o cliente final;
- 5.2. Além do Valor da Marca: a questão do Valor do Cliente;
- 5.3. A espiral da morte do produto lucrativo;
- 5.4. O verdadeiro Valor do Cliente por toda a vida;
- 5.5. A estrutura para o Valor do Cliente: construindo o Valor do Valor, o Valor da Marca e o Valor de Retenção;
- 5.6. Gerenciando o Valor do Cliente: a pirâmide de clientes;
- 5.7. Gerenciando a pirâmide de clientes
- 5.8. Métricas de marketing;
- 5.9. Participação em corações, mentes e mercados: participação no mercado, percepções do cliente e análise competitiva;
- 5.10. Margens e lucros: receitas, estruturas de custo e lucratividade;
- 5.11. Gerenciamento de produtos e portfólio: as métricas por trás da estratégia de produtos, incluindo medidas de teste, crescimento, canibalismo e valor de marca;
- 5.12. Rentabilidade do cliente: valor do cliente individual e dos relacionamentos;

6. Endomarketing

- 6.1. Marketing interno na organização, o conjunto de ações enfocadas no público interno;
- 6.2. A conscientização dos funcionários e das chefias para a importância do atendimento de excelência ao cliente;
- 6.3. Casos de sucesso e de insucesso em campanhas de endomarketing.

7. Pesquisa de Marketing

- 7.1. Fatores que definem a necessidade de uma pesquisa de Marketing
- 7.2. Objetivos da pesquisa de Marketing
- 7.3. Processo da Pesquisa de Marketing: Concepção, Planejamento e Execução
- 7.4. Categorias Gerais da Pesquisa de Marketing
- 7.5. Métodos de Coletas de dados
- 7.6. Tipos de Pesquisa
- 7.7. Técnicas de Projeção
- 7.8. Vantagens e Limitações dos Métodos
- 7.9. Tipos de Escalas de Mensuração
- 7.10. Aplicações Tradicionais da Pesquisa de Marketing

7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS		
<p>Os procedimentos metodológicos são os descritos abaixo:</p> <p>Aula expositiva dialogada - Se dará por meio da exposição do conteúdo, com a participação ativa dos alunos, cujo conhecimento deve ser considerado e pode ser tomado como ponto de partida. O professor leva os estudantes a questionarem, interpretarem e discutirem o objeto de estudo, a partir do reconhecimento e do confronto com a realidade. Deve favorecer a análise crítica, resultando na produção de novos conhecimentos.</p> <p>Atividades em grupo ou individuais - espaço que propicie a construção das ideias, portanto, espaço onde um grupo discuta ou debata temas ou problemas que são colocados em discussão.</p> <p>Avaliação formativa - Avaliação processual e contínua, de forma a examinar a aprendizagem ao longo das atividades realizadas (produções, comentários, apresentações, criação, trabalhos em grupo, entre outros).</p> <p>São utilizados como instrumentos avaliativos: provas escritas individuais e provas escritas e/ou trabalhos coletivos. Todas as atividades são avaliadas segundo o desenvolvimento das resoluções, sendo instrumentalizado a partir da quantidade de acertos. Para aprovação, o estudante deverá obter um percentual mínimo de 60% (sessenta por cento) do total de acertos, que será convertido em nota de 0 (zero) a 100 (cem).</p> <p>A nota final do aluno será obtida através da média simples das duas avaliações, Avaliação 1 (A1) e Avaliação 2 (A2), sendo considerado aprovado o aluno que obtiver nota igual ou superior a 60 pontos. Para a recuperação de aprendizagem aluno poderá realizar uma avaliação individual denominada Avaliação 3 (A3) que substituirá a menor nota entre a A1 e A2.</p> <p>Sendo possibilitado ao aluno a recuperação paralela das atividades aplicadas, quando se fizer necessário.</p>		
8) RECURSOS FÍSICOS, MATERIAIS DIDÁTICOS, TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E LABORATÓRIOS		
<p>Quadro branco, pinceis de três cores diferentes, apagador, projetor com saída HDMI e caixa de som. Laboratório de Informática contendo pelo menos 24 computadores conectados com a internet.</p>		
9) VISITAS TÉCNICAS E AULAS PRÁTICAS PREVISTAS		
Local/Empresa	Data Prevista	Materiais/Equipamentos/Ônibus
Não se aplica		
Por conta da metodologia utilizada, as aulas práticas acontecem utilizando o material descrito no item 8.		
10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*		
Data	Conteúdo / Atividade docente e/ou discente	
	<p>Semana 1: Apresentação da disciplina, do processo avaliativo, do cronograma. Comportamento do cliente de Serviços; O Cliente;</p> <p>Semana 2: Importância do comportamento do cliente em administração;</p> <p>Semana 3: Três papéis do cliente: usuário, pagante, comprador; Valores de mercado que os clientes buscam;</p> <p>Semana 4: Determinantes do Comportamento do Cliente de Serviços Características de mercado: clima, topografia e ecologia;</p> <p>Semana 5: Contexto de mercado: economia, governo e tecnologia; Contexto pessoal: cultura, grupos de referência e valor pessoal;</p> <p>Semana 6: Características pessoais: genética, etnia, gênero, idade e personalidade;</p> <p>Semana 7: Tendências dos determinantes do comportamento do cliente;</p> <p>Semana 8: A Disposição Mental do Cliente O cliente como alguém que percebe e aprende;</p> <p>Semana 9: Motivação do cliente: necessidades, emoções e psicografia; Diferenciação e segmentação de mercado: respondendo às diferenças dos clientes;</p> <p>Semana 10: Trabalho individual.</p> <p>Semana 11: Marketing de Serviços Definições de serviços; motivadores e modelos de análise do marketing de serviços;</p> <p>Semana 12: Foco no cliente: comportamento do consumidor em serviços; expectativas e percepções dos clientes acerca dos serviços</p> <p>Semana 13: Ouvindo as solicitações dos clientes: construindo relacionamentos com clientes; recuperação de serviços;</p> <p>Semana 14: Alinhando a estratégia com o formato e os padrões de serviços: desenvolvimento e formatação de serviços; padrões de serviços definidos pelos clientes; evidência física e o cenário de serviços;</p> <p>Semana 15: Fornecendo e executando o serviço: papéis dos funcionários na</p>	

<p>10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO</p> <p>Semestre único- (80h/a)</p> <p>Início: 01 de setembro de 2025</p> <p>Término: 04 de março de 2026</p>	<p>prestação do serviço; papéis dos clientes na prestação do serviço; prestando serviços por meio de intermediários e de canais eletrônicos; administrando demanda e capacidade;</p> <p>Semana 16: Administrando as promessas de serviços: comunicação integrada de marketing de serviços; a precificação dos serviços</p> <p>Semana 17: Apresentação de Seminário</p> <p>Semana 18: Avaliação individual.</p> <p>Semana 19: Estratégias direcionadas para o mercado: relações com o cliente final;</p> <p>Semana 20: Além do Valor da Marca: a questão do Valor do Cliente; A espiral da morte do produto lucrativo;</p> <p>Semana 21: O verdadeiro Valor do Cliente por toda a vida; A estrutura para o Valor do Cliente: construindo o Valor do Valor, o</p> <p>Semana 22: Valor da Marca e o Valor de Retenção; Gerenciando o Valor do Cliente: a pirâmide de clientes;</p> <p>Semana 23: Gerenciando a pirâmide de clientes;</p> <p>Semana 24: Métricas de marketing;</p> <p>Semana 25: Participação em corações, mentes e mercados: participação no mercado, percepções do cliente e análise competitiva;</p> <p>Semana 26: Margens e lucros: receitas, estruturas de custo e lucratividade;</p> <p>Semana 27: Gerenciamento de produtos e portfólio: as métricas por trás da estratégia de produtos, incluindo medidas de teste, crescimento, canibalismo e valor de marca;</p> <p>Semana 28: Rentabilidade do cliente: valor do cliente individual e dos relacionamentos;</p> <p>Semana 29: Trabalho individual.</p> <p>Semana 30: Endomarketing</p> <p>Semana 31: Marketing interno na organização, o conjunto de ações enfocadas no público interno;</p> <p>Semana 32: A conscientização dos funcionários e das chefias para a importância do atendimento de excelência ao cliente;</p> <p>Semana 33: Casos de sucesso e de insucesso em campanhas de endomarketing.</p> <p>Semana 34: Pesquisa de Marketing Fatores que definem a necessidade de uma pesquisa de Marketing</p> <p>Objetivos da pesquisa de Marketing Processo da Pesquisa de Marketing: Concepção, Planejamento e Execução</p> <p>Semana 35: Categorias Gerais da Pesquisa de Marketing Métodos de Coletas de dados Tipos de Pesquisa Técnicas de Projeção Vantagens e Limitações dos Métodos Tipos de Escalas de Mensuração</p> <p>Semana 36: Aplicações Tradicionais da Pesquisa de Marketing</p> <p>Semana 37: Apresentação de Seminário</p> <p>Semana 38: Avaliação individual (A2).</p> <p>Semana 39: Avaliação individual (A3).</p> <p>Semana 40: Entrega das provas. Fechamento das Notas. Encerramento da disciplina.</p>
<p>Avaliação 1 (A1) - 100 pontos</p>	<p>Exercícios práticos (20%) realizados nas aulas incluindo pesquisas em laboratório.</p> <p>Trabalho coletivo (20%), correspondendo a uma apresentação (seminário) sobre temas relacionados à disciplina (a definir).</p> <p>Avaliação escrita presencial e individual (60%), correspondendo ao conteúdo estudado até a data da avaliação.</p>

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
Avaliação 2 (A2) - 100 pontos	Exercícios práticos (20%) realizados nas aulas incluindo pesquisas em laboratório. Trabalho coletivo (20%), correspondendo a uma apresentação (seminário) sobre temas relacionados à disciplina (a definir). Avaliação escrita presencial e individual (60%), correspondendo ao conteúdo estudado até a data da avaliação.
Avaliação 3 (A3) - 100 pontos	O professor poderá em caso de necessidade de recuperação paralela, oferecer ao aluno uma oportunidade para recuperação após o período avaliativo da A1 e A2. Poderá ser aplicada a avaliação substitutiva A3, ao final do período, que substituirá a menor nota entre A1 e A2, caso o aluno ainda não tenha alcançado o mínimo de 60% para aprovação, após as recuperações paralelas.
11) BIBLIOGRAFIA	
11.1) Bibliografia básica	11.2) Bibliografia complementar
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. de Serviços. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2012. KOTLER, P.; KELLER, K. Administração de Marketing. 12ª ed. São Paulo: Pearson, 2012. MATTAR Fauze. Pesquisa de Marketing. 1ª Ed. São Paulo: ST, 2013	DAHLSTROM, Robert. Gerenciamento de Marketing Verde. 1ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. de Serviços. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2012. MAXIMINIANO, Antônio Cesar Amaru. Introdução à Administração. 2ª Ed. São Paulo. Saraiva, 2016. PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva. 1ª Ed. Campus, 1989. TURCHI, Sandra R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce. 1ª Ed. Atlas, 2012. YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação. 1ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.
12) OBSERVAÇÕES	
Este plano poderá sofrer pequenas alterações ao longo do semestre letivo devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.	

Geisa Pereira Marcilio Nogueira
Professora
Componente Curricular Marketing II

Vandre Antonio de Assis Gomes
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Geisa Pereira Marcilio Nogueira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 27/08/2025 22:07:14.
- **Vandre Antonio de Assis Gomes, COORDENADOR(A) - FUC0001 - CCSBACSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 16/09/2025 13:54:48.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 27/08/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.iff.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 676473
Código de Autenticação: 0aa4869d41





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE
Campus Santo Antônio de Pádua
AVENIDA JOÃO JAZBICK, S/N, None, AEROPORTO, SANTO ANTONIO DE PADUA / RJ, CEP 28470-000
Fone: (22) 3853-9650

PLANO DE ENSINO 64/2025 - CCTEDCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2025

1) IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR	
Componente Curricular	Gestão de Processos Minerários
Abreviatura	Não se aplica
Carga horária presencial	40h, 40h/a
Carga horária a distância	Não se aplica
Carga horária de atividades teóricas	40h, 40h/a, 100%
Carga horária de atividades práticas	Não se aplica
Carga horária de atividades de Extensão	Não se aplica
Carga horária total	40h, 40h/a
Carga horária/Aula Semanal	2 horas
Professor	Raul Simiqueli Cabral
Matrícula Siape	2219450
2) EMENTA	
Direito minerário: breves noções, conceito e fundamentos, jazida e mina. Legislação mineral: introdução. Código de Mineração e seu Regulamento. Regime de Extração. Área livre e disponibilidade. Guia de Utilização. Resoluções da Agência Nacional de Mineração (ANM). Da obrigatoriedade da licença ambiental para a lavra. Leis e Resoluções correlatas. Noções de processos minerários, fases da atividade mineral, etapas de um projeto de mineração. Softwares para gestão de processos minerários.	
3) OBJETIVOS DO COMPONENTE CURRICULAR	
<ul style="list-style-type: none">• Apresentar a Legislação Mineral• Abordar os regimes de aproveitamento mineral• Estudar as fases dos processos minerários• Conhecer as licenças ambientais• Apresentar os softwares para gestão e acompanhamento dos processos minerários	
4) JUSTIFICATIVA DA UTILIZAÇÃO DA MODALIDADE DE ENSINO	
Não se aplica, curso presencial.	
5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO	
<div>() Projetos como parte do currículo</div> <div>() Programas como parte do currículo</div> <div>() Prestação graciosa de serviços como parte do currículo</div> <div>() Cursos e Oficinas como parte do currículo</div> <div>() Eventos como parte do currículo</div>	

5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO
Resumo: Não se aplica.
Justificativa: Não se aplica.
Objetivos: Não se aplica.
Envolvimento com a comunidade externa: Não se aplica.
6) CONTEÚDO
<ul style="list-style-type: none">1. Código de Mineração2. Agência Nacional de Mineração (ANM) e suas resoluções3. Conceitos e fundamentos de mineração4. Regimes de Aproveitamento Mineral<ul style="list-style-type: none">4.1. Autorização4.2. Licenciamento4.3. Regime de monopólio4.4. Concessão4.5. Partilha4.6. Permissão de lavra garimpeira5. Fases dos processos de mineração<ul style="list-style-type: none">5.1. Requerimento de Alvará de Autorização de Pesquisa5.2. Alvará de Autorização de Pesquisa5.3. Portaria de Lavra6. Licenças ambientais7. Softwares para acompanhamento dos processos minerários
7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS		
<p>Os procedimentos metodológicos são os descritos abaixo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aula expositiva dialogada - É a exposição do conteúdo, com a participação ativa dos alunos, cujo conhecimento deve ser considerado e pode ser tomado como ponto de partida. O professor leva os estudantes a questionarem, interpretar e discutirem o objeto de estudo, a partir do reconhecimento e do confronto com a realidade. Deve favorecer a análise crítica, resultando na produção de novos conhecimentos. Propõe a superação da passividade e imobilidade intelectual dos estudantes. • Estudo dirigido - É o ato de estudar sob a orientação e diretividade do professor, visando sanar dificuldades específicas. Prevê atividades individuais, grupais, podendo ser socializadas: (i.) a resolução de questões e situações-problema, a partir do material de estudado; (ii.) no caso de grupos de entendimento, debate sobre o tema estudado, permitindo a socialização dos conhecimentos, a discussão de soluções, a reflexão e o posicionamento crítico dos estudantes ante à realidade da vida. • Atividades em grupo ou individuais - espaço que propicie a construção das ideias, portanto, espaço onde um grupo discuta ou debata temas ou problemas que são colocados em discussão. • Pesquisas - Análise de situações que tenham cunho investigativo e desafiador para os envolvidos. • Avaliação formativa - Avaliação processual e contínua, de forma a examinar a aprendizagem ao longo das atividades realizadas (produções, comentários, apresentações, criação, trabalhos em grupo, entre outros). <p>São utilizados como instrumentos avaliativos: provas escritas individuais e provas escritas e/ou trabalhos coletivos. Todas as atividades são avaliadas segundo o desenvolvimento das resoluções, sendo instrumentalizado a partir da quantidade de acertos. Para aprovação, o estudante deverá obter um percentual mínimo de 60% (sessenta por cento) do total de acertos, que será convertido em nota de 0 (zero) a 100 (cem).</p> <p>Constarão durante o percurso da disciplina três avaliações (A1, A2 e A3). A nota final do aluno será obtida através da média simples das duas avaliações, Avaliação 1 (A1) e Avaliação 2 (A2), sendo considerado aprovado o aluno que obtiver nota igual ou superior a 60 pontos.</p> <p>A recuperação de aprendizagem obedecerá às normas e procedimentos regulamentares do Instituto Federal Fluminense, sendo admitido ao aluno a realização de uma avaliação individual denominada Avaliação 3 (A3) que substituirá a menor nota entre a A1 e A2.</p>		
8) RECURSOS FÍSICOS, MATERIAIS DIDÁTICOS, TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E LABORATÓRIOS		
Laboratório de Administração e laboratório de Informática contendo pelo menos 24 computadores conectados com a internet. Quadro branco, pinceis de três cores diferentes, apagador, projetor com saída HDMI e caixa de som.		
9) VISITAS TÉCNICAS E AULAS PRÁTICAS PREVISTAS		
Local/Empresa	Data Prevista	Materiais/Equipamentos/Ônibus
Não se aplica		
Por conta da metodologia utilizada, as aulas práticas acontecem utilizando o material descrito no item 8.		
10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*		
Data	Conteúdo / Atividade docente e/ou discente	
1	Apresentação da disciplina. Conceitos e fundamentos de mineração	
2	Breves noções de Direito Minerário	
3	Código de Mineração: histórico, estrutura, principais artigos	
4	Apresentação seminário Regimes de Aproveitamento - Avaliação em grupo	
5	Agência Nacional de Mineração (ANM): papel, resoluções e sistemas (SIGMINE, SEI)	
6	Regimes de Aproveitamento Mineral (Autorização, Licenciamento, Concessão, Partilha, Lavra garimpeira)	
7	Regimes de Aproveitamento Mineral (Autorização, Licenciamento, Concessão, Partilha, Lavra garimpeira) - Casos Práticos - Avaliação em grupo	
8	Regime de monopólio e implicações econômicas	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
9	Fases dos processos minerários (Requerimento de Alvará, Pesquisa, Lavra)
10	Fases dos processos minerários - Casos Práticos
11	Aspectos administrativos e prazos dos processos
12	Licenças ambientais e legislação correlata
13	Licenças ambientais e legislação correlata
14	Crimes ambientais e responsabilidades administrativas
15	Softwares para gestão de processos minerários (SIGMINE, SEI ANM, Planilhas)
16	Avaliação individual
17	Gestão documental e digitalização de processos
18	Tendências e desafios da mineração sustentável
19	Apresentação de trabalhos práticos
20	Revisão e fechamento
11) BIBLIOGRAFIA	
11.1) Bibliografia básica	11.2) Bibliografia complementar
<p>BRASIL. Código de Mineração (1967). Código de Mineração: e legislação correlata. – 2. ed. – Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2011. 112 p.</p> <p>HERRMANN, H.; Poveda, E. P. R.; Silva, M. V. L. Código de Mineração de 'A' a 'Z'. Campinas: Millennium Editora, 2011.</p> <p>AZEVEDO, M.; Castro Júnior, P. H.; Mattos, T.; Freire, W. Direito da Mineração: Questões Minerárias, Ambientais e Tributárias. Editora D'Plácido. 2017. 922p.</p>	<p>BRASIL, Departamento Nacional da Produção Mineral. Mineração no Brasil: informações básicas para o investidor. Brasília: DNPM, 1996. 92p.</p> <p>FREIRE, W. Código de Mineração Anotado. 5ª edição. Belo Horizonte: Editora Mandamentos, 2010.</p> <p>_____. Direito Minerário Acesso a imóvel de terceiro para pesquisa e lavra. Editora D'Plácido. 2ª Edição. 2020. 364p.</p> <p>NUNES, P. H. F. Mineração e meio ambiente: o desenvolvimento sustentável. Curitiba: Editora Jurua, 2006. 241p.</p> <p>PINTO, U. F. Consolidação da Legislação Mineral e Ambiental. 12ª edição. LGE Editora, 2010.</p>
12) OBSERVAÇÕES	
<p>*O Cronograma de Desenvolvimento pode sofrer pequenas alterações devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.</p>	

Raul Simiqueli Cabral
Professor
Componente Curricular Gestão de Processos Minerários

Vandré Antonio de Assis Gomes
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM EDIFICAÇÕES

Documento assinado eletronicamente por:

- **Raul Simiqueli Cabral, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 24/09/2025 15:38:45.
- **Vandre Antonio de Assis Gomes, COORDENADOR(A) - FUC0001 - CCSBACSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 24/09/2025 16:09:14.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 24/09/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.iff.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 684265

Código de Autenticação: e0555561a5





MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL FLUMINENSE
Campus Santo Antônio de Pádua
AVENIDA JOÃO JAZBICK, S/N, None, AEROPORTO, SANTO ANTONIO DE PADUA / RJ, CEP 28470-000
Fone: (22) 3853-9650

PLANO DE ENSINO 75/2025 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2025/2

1) IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR	
Componente Curricular	Economia I
Abreviatura	-
Carga horária presencial	80h, 80h/a, 100%
Carga horária a distância (Caso o curso seja presencial, esse campo só deve ser preenchido se essa carga horária estiver prevista em PPC. A carga horária a distância deve observar o limite máximo previsto na legislação vigente referente a carga horária total do curso.)	0h, 0h/a, 0%
Carga horária de atividades teóricas	80h, 80h/a, 100%
Carga horária de atividades práticas	0h, 0h/a, 0%
Carga horária de atividades de Extensão	0h, 0h/a, 0%
Carga horária total	80h, 80h/a
Carga horária/Aula Semanal	4h, 4h/a
Professor	Roberto da Silva Lanes Filho
Matrícula Siape	2884658
2) EMENTA	
Introdução à Economia. Sistemas econômicos. Evolução do Pensamento Econômico. Curva de possibilidades e de oportunidade. Deslocamentos da curva de possibilidades de produção. Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado. Interferência do governo no equilíbrio de mercado. Elasticidade. Custos de Produção e Função de produção. Conceitos de produto total, produtividade média e produtividade marginal. Economias de escala. Custos de Produção. Estruturas de Mercado. Concorrência perfeita (mercado competitivo). Monopólio e Oligopólio. Grau de concentração econômica no Brasil.	
3) OBJETIVOS	
<ul style="list-style-type: none">• Aplicar metodologias e técnicas de economia dentro do cotidiano do aluno;• Realizar um histórico com as evoluções da Economia e o mercado;• Reconhecer os diversos tipos e estruturas de mercado;• Compreender as concorrências existentes e atuar de forma pontual;• Identificar cenários a partir da aplicação de ferramentas da Economia.	
4) JUSTIFICATIVA DA UTILIZAÇÃO DA MODALIDADE DE ENSINO	
Não se aplica, curso presencial.	
5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO	

5) ATIVIDADES CURRICULARES DE EXTENSÃO
<p>A disciplina não desenvolverá atividades curriculares de extensão.</p> <div> <div>() Projetos como parte do currículo</div> <div>() Cursos e Oficinas como parte do currículo</div> <div>() Programas como parte do currículo</div> <div>() Eventos como parte do currículo</div> <div>() Prestação graciosa de serviços como parte do currículo</div> </div>
<p>Resumo:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Justificativa:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Objetivos:</p> <p>Não se aplica.</p>
<p>Envolvimento com a comunidade externa:</p> <p>Não se aplica.</p>
6) CONTEÚDO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introdução à Economia 2. Sistemas econômicos 3. Evolução do Pensamento Econômico 4. Curva de possibilidades de produção (ou curva de transformação) 5. Custo de oportunidade 6. Deslocamentos da curva de possibilidades de produção 7. Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado 8. Interferência do governo no equilíbrio de mercado 9. Conceito de elasticidade <ul style="list-style-type: none"> ◦ Elasticidade-preço e Elasticidade-renda da demanda ◦ Elasticidade-preço cruzada da demanda ◦ Elasticidade-preço da oferta 10. Custos de Produção e Função de produção 11. Conceitos de produto total, produtividade média e produtividade marginal 12. Economias de escala ou rendimentos de escala 13. Custos de Produção e Maximização dos Lucros 14. Estruturas de Mercado 15. Concorrência perfeita (mercado competitivo) 16. Monopólio e Oligopólio 17. Grau de concentração econômica no Brasil
7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

7) PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS		
<p>Aula expositiva dialogada - Se dará por meio da exposição do conteúdo, com a participação ativa dos alunos, cujo conhecimento será considerado e pode ser tomado como ponto de partida. O professor levará os estudantes a questionarem, interpretar e discutirem o objeto de estudo, a partir do reconhecimento e do confronto com a realidade. A partir dela se espera favorecer a análise crítica, resultando na produção de novos conhecimentos. Propõe-se a superação da passividade e imobilidade intelectual dos estudantes.</p> <p>Atividades em grupo - Como espaço que propiciará a construção das ideias, portanto, espaço onde um grupo discutirá ou debaterá temas ou problemas que são colocados em discussão.</p> <p>As atividades avaliativas A1 e A2 terão peso na nota conforme apontado a seguir:</p> <p>Prova Individual, com valor de 60% da nota. Atividade em grupo, para composição de 40% da nota.</p> <p>O professor poderá em caso de necessidade de recuperação paralela, oferecer ao aluno uma oportunidade para recuperação após o período avaliativo da A1 e A2.</p> <p>Poderá ser aplicada a avaliação substitutiva A3, ao final do período, que substituirá a menor nota entre A1 e A2, caso o aluno ainda não tenha alcançado o mínimo de 60% para aprovação, após as recuperações paralelas.</p> <p>Por se tratar de curso presencial todas as atividades serão realizadas presencialmente, tais como: aulas expositivas dialogada, avaliações, e participação em eventos (quando houver).</p> <p>Apesar da disciplina não prever carga horária desenvolvida na modalidade a distância, será utilizado o AVA Moodle como repositório de suporte aos estudantes, com a disponibilização de material relacionado ao conteúdo estudado e atividades (opcionais) de fixação.</p>		
8) RECURSOS FÍSICOS, MATERIAIS DIDÁTICOS, TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E LABORATÓRIOS		
Quadro branco, pincéis de três cores diferentes, apagador, computador, projetor com saída HDMI e caixa de som.		
9) VISITAS TÉCNICAS, AULAS PRÁTICAS E ATIVIDADES DE CURRICULARIZAÇÃO DA EXTENSÃO PREVISTAS		
Local/Empresa	Data Prevista	Materiais/Equipamentos/Ônibus
Não se aplica.	Não se aplica.	Não se aplica.
10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO		
Data	Conteúdo / Atividade docente e/ou discente	
1ª Semana 1ª aula (2h/a) 2ª aula (2h/a)	01/09/2025 Introdução à Economia 02/09/2025 Introdução à Economia	
2ª Semana 3ª aula (2h/a) 4ª aula (2h/a) 5ª aula (2h/a)	08/09/2025 Sistemas econômicos 09/09/2025 Sistemas econômicos 13/09/2025 Participação SACAIFFF Palestra 11/09	
3ª Semana 6ª aula (2h/a) 7ª aula (2h/a)	15/09/2025 Evolução do Pensamento Econômico 16/09/2025 Curva de possibilidades de produção	
4ª Semana 8ª aula (2h/a) 9ª aula (2h/a)	22/09/2025 Custo de oportunidade 23/09/2025 Deslocamentos da curva de possibilidades de produção	
5ª Semana 10ª aula (2h/a) 11ª aula (2h/a)	29/09/2025 Deslocamentos da curva de possibilidades de produção 30/09/2025 Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado	
6ª Semana 12ª aula (2h/a) 13ª aula (2h/a)	06/10/2025 Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado 07/10/2025 Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
7ª Semana 14ª aula (2h/a) 15ª aula (2h/a)	13/10/2025 Interferência do governo no equilíbrio de mercado 14/10/2025 Interferência do governo no equilíbrio de mercado
8ª Semana 16ª aula (2h/a) 17ª aula (2h/a)	20/10/2025 Trabalho - A1 21/10/2025 Prova - A1
9ª Semana 18ª aula (2h/a) 19ª aula (2h/a)	03/11/2025 Elasticidade 04/11/2025 Elasticidade
10ª Semana 20ª aula (2h/a) 21ª aula (2h/a)	10/11/2025 Elasticidade 11/11/2025 Custos de Produção e Função de produção
11ª Semana 22ª aula (2h/a) 23ª aula (2h/a)	17/11/2025 Custos de Produção e Função de produção 18/11/2025 Conceitos de produto total, produtividade média e produtividade marginal
12ª Semana 24ª aula (2h/a) 25ª aula (2h/a) 26ª aula (2h/a)	24/11/2025 Conceitos de produto total, produtividade média e produtividade marginal 25/11/2025 Economias de escala ou rendimentos de escala 29/11/2025 Economias de escala ou rendimentos de escala
13ª Semana 27ª aula (2h/a) 28ª aula (2h/a)	01/12/2025 Custos de Produção e Maximização dos Lucros 02/12/2025 Custos de Produção e Maximização dos Lucros
29ª Semana 30ª aula (2h/a)	09/12/2025 Estruturas de Mercado
15ª Semana 31ª aula (2h/a) 32ª aula (2h/a) 33ª aula (2h/a)	15/12/2025 Concorrência perfeita (mercado competitivo) 16/12/2025 Trabalho - A2 20/12/2025 Concorrência perfeita (mercado competitivo)
16ª Semana 34ª aula (2h/a) 35ª aula (2h/a)	02/02/2026 Monopólio 03/02/2026 Monopólio
17ª Semana 36ª aula (2h/a) 37ª aula (2h/a)	09/02/2026 Oligopólio 10/02/2026 Prova - A2

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
18ª Semana 38ª aula (2h/a)	17/02/2026 Oligopólio
19ª Semana 39ª aula (2h/a) 40ª aula (2h/a)	23/02/2026 Grau de concentração econômica no Brasil 02/03/2026 Grau de concentração econômica no Brasil
20ª Semana 41ª aula (2h/a)	03/03/2026 Prova individual A3
11) BIBLIOGRAFIA	
11.1) Bibliografia básica	11.2) Bibliografia complementar
<ul style="list-style-type: none"> MICELI, A.D. Governança Corporativa no Brasil e no Mundo. Editora: Elsevier, 2015; SWEENEY, A. Estatística Aplicada à Administração e Economia. Editora: Cengage Learning, 2013; TAN, S.T. Matemática Aplicada a Administração e Economia. Editora: Thomson Pioneira. Edição: 2ª, 2007 	<ul style="list-style-type: none"> AHLFELDT, R. ANDREOLI, T. P. Organização de sistemas produtivos: decisões estratégicas e táticas. Editora: Inter Saberes, 2014; GIL, A.C. Teoria Geral Da Administração: Dos Clássicos À Pós-modernidade. Editora: Atlas, 2016; GITMAN, L. J. Princípios de Administração Financeira. Editora: Pearson Universidades, Edição: 12ª, 2009; MAXIMIANO, A.C. A. Teoria Geral Da Administração: Da Revolução Urbana À Revolução. Editora: Atlas, 2012; SMITH, A.; Riqueza das Nações- Uma Investigação Sobre a Natureza. Editora: Madras, 2009.
12) OBSERVAÇÕES	
<p>O Cronograma de Desenvolvimento (10) pode sofrer pequenas alterações devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.</p> <p>Na etapa 10 de exposição das datas dos conteúdos trabalhados, apesar de alguns diferenciarem em nomenclatura dos previstos no PPC do curso, aqueles são apenas desdobramento daqueles presentes no documento original, não tendo ocorrido nem supressão, nem inclusão de novos conteúdos.</p>	

Roberto da Silva Lanes Filho
Professor
Componente Curricular Economia I

Vandre Antonio de Assis Gomes
Coordenador de Curso
Curso Superior de Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Roberto da Silva Lanes Filho, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 16/09/2025 15:54:49.
- **Vandre Antonio de Assis Gomes, COORDENADOR(A) - FUC0001 - CCSBACSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 18/09/2025 13:21:47.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 16/09/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.iff.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 681788
Código de Autenticação: 2d7be61eb4



Documento Digitalizado Público

Planos de Ensino do 4º Período do Bacharelado em Administração 2025-2

Assunto: Planos de Ensino do 4º Período do Bacharelado em Administração 2025-2
Assinado por: Vandre Gomes
Tipo do Documento: Plano de Ensino Pessoal
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Público
Tipo do Conferência: Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Vandre Antonio de Assis Gomes, COORDENADOR(A) - FUC0001 - CCSBACSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 26/09/2025 09:52:36.

Este documento foi armazenado no SUAP em 26/09/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.iff.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1022910
Código de Autenticação: d54a960a39

