



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 110/2024 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2024/2

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)	18/09/2024 - Introdução à Economia 19/09/2024 - Introdução à Economia	
2ª Semana 3ª aula (2h/a) 4ª aula (2h/a) 5ª aula (2h/a)	25/09/2024 - Sistemas econômicos 26/09/2024 - Sistemas econômicos 28/09/2024 (Sábado) - Evolução do Pensamento Econômico	
3ª Semana 6ª aula (2h/a) 7ª aula (2h/a)	02/10/2024 - Evolução do Pensamento Econômico 03/10/2024 - Curva de possibilidades de produção	
4ª Semana 8ª aula (2h/a) 9ª aula (2h/a)	23/10/2024 - Custo de oportunidade 24/10/2024 - Deslocamentos da curva de possibilidades de produção	
5ª Semana 10ª aula (2h/a) 11ª aula (2h/a)	30/10/2024 - Deslocamentos da curva de possibilidades de produção 31/10/2024 - Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado	
6ª Semana 12ª aula (2h/a) 13ª aula (2h/a)	06/11/2024 - Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado 07/11/2024 - Interferência do governo no equilíbrio de mercado	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
7ª Semana 14ª aula (2h/a) 15ª aula (2h/a)	13/11/2024 - Interferência do governo no equilíbrio de mercado 14/11/2024 - Trabalho - A1
8ª Semana 16ª aula (2h/a)	21/11/2024 - Prova - A1
9ª Semana 17ª aula (2h/a) 18ª aula (2h/a) 19ª aula (2h/a)	27/11/2024 - Elasticidade 28/11/2024 - Elasticidade 30/11/2024 (sábado) - Elasticidade
10ª Semana 20ª aula (2h/a) 21ª aula (2h/a)	04/12/2024 - Custos de Produção e Função de produção 05/12/2024 - Custos de Produção e Função de produção
11ª Semana 22ª aula (2h/a) 23ª aula (2h/a)	11/12/2024 - Conceitos de produto total, produtividade média e produtividade marginal 12/12/2024 - Conceitos de produto total, produtividade média e produtividade marginal
12ª Semana 24ª aula (2h/a) 25ª aula (2h/a) 26ª aula (2h/a)	18/12/2024 - Economias de escala ou rendimentos de escala 19/12/2024 - SACAIFF 21/12/2024 (Sábado) - SACAIFF
13ª Semana 27ª aula (2h/a) 28ª aula (2h/a)	05/02/2025 - Economias de escala ou rendimentos de escala 06/02/2025 - Custos de Produção e Maximização dos Lucros
14ª Semana 29ª aula (2h/a) 30ª aula (2h/a)	12/02/2025 - Custos de Produção e Maximização dos Lucros 13/02/2025 - Estruturas de Mercado
15ª Semana 31ª aula (2h/a) 32ª aula (2h/a) 33ª aula (2h/a)	19/02/2025 - Estruturas de Mercado 20/02/2025 - Concorrência perfeita (mercado competitivo) 22/02/2025 - Monopólio e Oligopólio
16ª Semana 34ª aula (2h/a) 35ª aula (2h/a)	26/02/2025 - Trabalho - A2 27/02/2025 - Prova - A2

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
17ª Semana 36ª aula (2h/a) 37ª aula (2h/a) 38ª aula (2h/a)	12/03/2025 - Semana do Consumidor 13/03/2025 - Semana do Consumidor 15/03/2025 - Grau de concentração econômica no Brasil
18ª Semana 39ª aula (2h/a) 40ª aula (2h/a)	19/03/2025 - Prova - A3 20/03/2025 - Vista de Prova + VS
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 Comportamento Organizacional

Jose Felipe da Silva Peres
Diretor de Ensino e Políticas Estudantis
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 12/11/2024 20:12:07.
- **Jose Felipe da Silva Peres, DIRETOR(A) - CD3 - DEPECSAP, DIRETORIA DE ENSINO E POLÍTICAS ESTUDANTIS**, em 13/11/2024 15:32:55.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 28/10/2024. 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: 592382
Código de Autenticação: 2ed8e50d2a





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 93/2024 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2024

1) IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR	
Componente Curricular	Gestão de Materiais e Recursos Patrimoniais
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	Larissa Alves Sincorá
Matrícula Siape	1327406
2) EMENTA	
Introdução à administração de materiais nas empresas públicas e privadas. Função da administração de materiais: sistema de administração, aquisição, controle, movimentação dos estoques de materiais e os subsistemas de normalização. Os sistemas de planejamento na administração de materiais. Lotes econômicos de compras. Dimensionamento da qualidade econômica de compras e de fabricação: fatores que envolvem custos, preços fixos e variáveis; entrega total ou parcial, a existência ou não de restrições. Previsões: a utilização pela administração de materiais. Estratégia de encomendas. A administração do patrimônio: os princípios de contabilização do imobilizado, inventário e auditorias	
3) OBJETIVOS DO COMPONENTE CURRICULAR	
<input type="checkbox"/> Capacitar os acadêmicos para a importância de compreender os sistemas de gestão de materiais e de sua importância para organização dos fluxos de produção.	
<input type="checkbox"/> Possibilitar o raciocínio crítico e analítico para resolução de problemas complexos quanto aos procedimentos da gestão de materiais.	
<input type="checkbox"/> Permitir que todos conheçam os sistemas de controle de estoques e suprimentos, visando à maximização da qualidade na prestação dos serviços internos e externos.	
<input type="checkbox"/> Possibilitar o desenvolvimento de uma visão ampla a respeito da necessidade de identificar e organizar adequadamente os materiais e os bens do patrimônio da empresa visando a sua correta utilização.	
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>	
Resumo: Não se aplica.	
Justificativa: Não se aplica.	
Objetivos: Não se aplica.	
Envolvimento com a comunidade externa: Não se aplica.	
6) CONTEÚDO	

6) CONTEÚDO

1. A Logística e a Administração de Materiais:

- 1.1. Visão logística;
- 1.2. História e tendência de logística;
- 1.3. Evolução e mudanças na administração de materiais.

2. Administração de Estoques:

- 2.1. Administração de estoques;
- 2.2. Políticas de estoques;
- 2.3. Tipos de estoques;
- 2.4. Custo de estoques;
- 2.5. Sistema de planejamento de estoques;
- 2.6. Previsão de estoques;
- 2.7. Avaliação dos níveis de estoques.

3. Armazenagem e Controle:

- 3.1 Armazenagem;
- 3.2 Necessidade de espaço físico;
- 3.3 Localização de depósitos;
- 3.4 Avaliação de estoque;
- 3.5 Curva ABC;
- 3. 6 Inventário;
- 3.7 Embalagem e manuseio;
- 3.8 Depreciação.

4. Classificação de Materiais:

- 4.1 Atributos para a classificação de materiais;
- 4.2 Tipos de classificação;
- 4.3 Especificação;
- 4.4 Critérios sobre a descrição;
- 4.5 Normalização;
- 4.6 Padronização;
- 4.7 Análise de valor.

5. Planejamento da Produção:

- 5.1 Planejamento e controle da produção;
- 5.2 MRP;
- 5.3 MRP II;
- 5.4 *Just in time*.

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 (cases) - 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 estudado; e (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 de ideias, portanto, espaço onde um indivíduo/grupo discuta ou debata temas ou problemas que são propostos para 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:</p> <p>Provas escritas individuais e, provas escritas e/ou trabalhos coletivos. Além disso, será realizada uma avaliação atitudinal/comportamental, que observará a participação, assiduidade nas aulas, realização e entrega de atividades propostas, em sala, pelos alunos.</p> <p>Todas as atividades são avaliadas segundo o desenvolvimento das resoluções, sendo instrumentalizada 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 as seguintes avaliações:</p> <p>Destaca-se que as avaliações abaixo (N1, N2 e N3), serão igualmente contempladas dentro dos períodos avaliativos A1 e A2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • N1 = Nota obtida na <u>Prova Individual</u>, valor de 60 pontos. • N2 = Nota obtida em <u>Trabalho em Grupo*</u> (a ser desenvolvido durante o curso), valor de 30 pontos. • N3 = Nota obtida na <u>Avaliação Atitudinal</u> (Atividades em Sala**, Participação e Assiduidade), valor de 10 pontos. <p>* se o número de aulas permitir haverá uma pequena apresentação dos trabalhos, visando a troca de experiências na turma.</p> <p>** sem data programada, podendo acontecer em qualquer dia de aula. Em caso de ausência do aluno sem justificativa válida perante ao IFF campus Pádua-RJ, esta atividade não será repostada. Por ter caráter didático, os exercícios e atividades serão avaliados com relação à realização ou não das atividades programadas, desde que as entregas estejam dentro dos critérios e propósitos pré-definidos para sua elaboração.</p> <ul style="list-style-type: none"> • MÉDIA PARCIAL (períodos avaliativos "A1" e "A2") = (N1 + N2 + N3) • MÉDIA FINAL = (A1 + A2 / 2) <p>Se média \geq 60 pontos, <u>Aprovado</u>. Caso contrário, <u>Prova Final¹</u> (A3), para tentar <u>média</u> de 60 pontos.</p> <p>¹ Recuperação Final (Semestral): Avaliação escrita individual (todo o conteúdo do semestre).</p>		
8) RECURSOS FÍSICOS, MATERIAIS DIDÁTICOS, TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E LABORATÓRIOS		
<p>- Laboratório de Informática: contendo pelo menos 24 computadores conectados com a internet.</p> <p>- Laboratório de Administração: equipamentos tecnológicos e não-tecnológicos, recursos multimídias, bancadas, cadeiras, quadro branco, mesa de reunião, e televisão.</p> <p>- Sala de Aula: quadro branco, pincéis de três cores diferentes, apagador, projetor com saída HDMI e, caixa de som.</p> <p>- Biblioteca: material bibliográfico referente à disciplina, disponível para consultas e empréstimos.</p> <p>- Plataforma Moodle: O material de apoio à disciplina estará disponível no Moodle - “Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)” do IFF, no endereço eletrônico https://ead2.iff.edu.br/</p>		
9) VISITAS TÉCNICAS E AULAS PRÁTICAS 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
SEMESTRE LETIVO (2024/2): Início: 18/09/2024 Término: 26/03/2025	Módulo 1) A Logística e a Administração de Materiais:
	1.1. Visão logística;
	1.2. História e tendência de logística;
	1.3. Evolução e mudanças na administração de materiais.
	Atividade 1
	Apresentação de Trabalho
	Módulo 2) Administração de Estoques:
	2.1. Administração de estoques;
	2.2. Políticas de estoques;
	2.3. Tipos de estoques;
	2.4. Custo de estoques;
	2.5. Sistema de planejamento de estoques;
	2.6. Previsão de estoques;
	2.7. Avaliação dos níveis de estoques.
	Atividade 2
	Prova 1: Módulo 1 e Módulo 2
	Módulo 3) Armazenagem e Controle:
	3.1 Armazenagem;
	3.2 Necessidade de espaço físico;
	3.3 Localização de depósitos;
	3.4 Avaliação de estoque;
	3.5 Curva ABC;
	3.6 Inventário;
	3.7 Embalagem e manuseio;
	3.8 Depreciação.
	Atividade 3
	Módulo 4) Classificação de Materiais:
	4.1 Atributos para a classificação de materiais;
	4.2 Tipos de classificação;
	4.3 Especificação;
	4.4 Critérios sobre a descrição;
	4.5 Normalização;
	4.6 Padronização;
	4.7 Análise de valor.
	Atividade 4
	Prova 2: Módulo 3 e Módulo 4
	Módulo 5) Planejamento da Produção:
	5.1 Planejamento e controle da produção;
	5.2 MRP;
	5.3 MRP II;
	5.4 <i>Just in time</i> .
	Atividade 5
	Apresentação de Trabalho
	Recuperação Final: <i>conteúdo de todo o semestre!</i>
*Observações	<p>(i) A critério da professora e conforme o número de alunos matriculados, o programa desta disciplina poderá ser modificado.</p> <p>(ii) Sempre que necessário, o aluno poderá contatar a docente por meio do e-mail institucional: larissa.sincora@iff.edu.br; ou diretamente em sala de aula (esta é a via principal, dado que o curso é presencial).</p>

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
Recuperação Semestral	<p>O(a) professor(a) poderá em caso de necessidade realizar recuperações paralelas, isto é, oferecendo ao aluno uma oportunidade de se recuperar após o período avaliativo de A1 (1º bimestre) e A2 (2º bimestre).</p> <p>Além disso, poderá ser aplicada uma avaliação substitutiva A3 (recuperação final), no término do semestre letivo, 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 (A1 e A2).</p>

11) BIBLIOGRAFIA	
11.1) Bibliografia básica	11.2) Bibliografia complementar
<p>DIAS, Marco Aurélio P. Introdução à Logística. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2017.</p> <p>BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de Suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2006.</p> <p>POZO, Hamilton. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2015.</p>	<p>ARNOLD, J. R. Tony. Administração de Materiais. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.</p> <p>FRANCISCHINI, Paulino G; GURGEL, Floriano do Amaral. Administração de Materiais e do Patrimônio. São Paulo: Cengage Learning, 2013.</p> <p>SLACK, N.; BRANDON-JONES, A.; JOHNSTON, R. Administração da Produção. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2017.</p> <p>TUBINO, Dalvio Ferrari. Planejamento e controle da produção: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2017.</p> <p>VALLE, Rogerio; SOUZA, Ricardo Gabbay. Logística reversa: processo a processo. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2014.</p>

12) OBSERVAÇÕES
*O Cronograma de Desenvolvimento (10) pode sofrer pequenas alterações devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.

Larissa Alves Sincorá
Professora
Componente Curricular Gestão de Materiais e Recursos Patrimoniais

Vagner Leite Rangel
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Vagner Leite Rangel, COORDENADOR(A) - FUC1 - CCTADCSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 23/09/2024 18:43:40.
- **Larissa Alves Sincora, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 25/09/2024 17:16:16.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 18/09/2024. 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: 581654
Código de Autenticação: 10289c6007





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 106/2024 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2024

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.</p> <p>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>Comportamento do cliente de Serviços; O Cliente; Importância do comportamento do cliente em administração; Três papéis do cliente: usuário, pagante, comprador; Valores de mercado que os clientes buscam;</p> <p>Determinantes do Comportamento do Cliente de Serviços Características de mercado: clima, topografia e ecologia; Contexto de mercado: economia, governo e tecnologia; Contexto pessoal: cultura, grupos de referência e valor pessoal; Características pessoais: genética, etnia, gênero, idade e personalidade;</p> <p>Tendências dos determinantes do comportamento do cliente;</p> <p>Exercício.</p> <p>A Disposição Mental do Cliente O cliente como alguém que percebe e aprende; Motivação do cliente: necessidades, emoções e psicografia; Diferenciação e segmentação de mercado: respondendo às diferenças dos clientes;</p> <p>Trabalho individual.</p> <p>Marketing de Serviços Definições de serviços; motivadores e modelos de análise do marketing de serviços; Foco no cliente: comportamento do consumidor em serviços; expectativas e percepções dos clientes acerca dos serviços Ouvindo as solicitações dos clientes: construindo relacionamentos com clientes; recuperação de serviços; 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; 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; Administrando as promessas de serviços: comunicação integrada de marketing de serviços; a precificação dos serviços</p> <p>Apresentação de Seminário</p>	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
<p>Semestre único- (80h/a)</p> <p>Início: 18 de setembro de 2024</p> <p>Término: 26 de março de 2024</p>	<p>Avaliação individual.</p> <p>Estratégias direcionadas para o mercado: relações com o cliente final; Além do Valor da Marca: a questão do Valor do Cliente; A espiral da morte do produto lucrativo; O verdadeiro Valor do Cliente por toda a vida; A estrutura para o Valor do Cliente: construindo o Valor do Valor, o Valor da Marca e o Valor de Retenção; Gerenciando o Valor do Cliente: a pirâmide de clientes; Gerenciando a pirâmide de clientes Métricas de marketing: Participação em corações, mentes e mercados: participação no mercado, percepções do cliente e análise competitiva; Margens e lucros: receitas, estruturas de custo e lucratividade; Gerenciamento de produtos e portfólio: as métricas por trás da estratégia de produtos, incluindo medidas de teste, crescimento, canibalismo e valor de marca; Rentabilidade do cliente: valor do cliente individual e dos relacionamentos;</p> <p>Trabalho individual.</p> <p>Endomarketing</p> <p>Marketing interno na organização, o conjunto de ações enfocadas no público interno; A conscientização dos funcionários e das chefias para a importância do atendimento de excelência ao cliente; Casos de sucesso e de insucesso em campanhas de endomarketing.</p> <p>Exercício.</p> <p>Pesquisa de Marketing Fatores que definem a necessidade de uma pesquisa de Marketing Objetivos da pesquisa de Marketing Processo da Pesquisa de Marketing: Concepção, Planejamento e Execução 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>Aplicações Tradicionais da Pesquisa de Marketing</p> <p>Apresentação de Seminário</p> <p>Avaliação individual (A2).</p> <p>Avaliação individual (A3).</p> <p>Entrega das provas. Fechamento das Notas. Encerramento da disciplina.</p>
Avaliação 1 (A1) - 100 pontos	<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>
Avaliação 2 (A2) - 100 pontos	<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>
Avaliação 3 (A3) - 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

11) BIBLIOGRAFIA	
<p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. de Serviços. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>KOTLER, P.; KELLER, K. Administração de Marketing. 12ª ed. São Paulo: Pearson, 2012.</p> <p>MATTAR Fauze. Pesquisa de Marketing. 1ª Ed. São Paulo: ST, 2013</p>	<p>DAHLSTROM, Robert. Gerenciamento de Marketing Verde. 1ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. de Serviços. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>MAXINMINIANO, Antônio Cesar Amaru. Introdução à Administração. 2ª Ed. São Paulo. Saraiva, 2016.</p> <p>PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva. 1ª Ed. Campus, 1989.</p> <p>TURCHI, Sandra R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce. 1ª Ed. Atlas, 2012.</p> <p>YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação. 1ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.</p>
12) OBSERVAÇÕES	
<p>Este plano poderá sofrer pequenas alterações ao longo do semestre letivo devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.</p>	

Geísa Pereira Marcilio Nogueira
Professora
Componente Curricular Marketing II

Vagner Leite Rangel
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Jose Felipe da Silva Peres, DIRETOR(A) - CD3 - DEPECSAP, DIRETORIA DE ENSINO E POLÍTICAS ESTUDANTIS**, em 30/10/2024 08:50:58.
- **Geisa Pereira Marcilio Nogueira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 14/11/2024 11:32:02.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 11/09/2024. 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: 579981
Código de Autenticação: e42a53ef6d





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 94/2024 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2024

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	Marta Duarte de Barros
Matrícula Siape	1258941
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>	
Resumo: Não se aplica.	
Justificativa: Não se aplica.	
Objetivos: Não se aplica.	
Envolvimento com a comunidade externa: Não se aplica.	
6) CONTEÚDO	
<div>1. Definição e conceitos de qualidade.</div> <div>2. Histórico da administração da qualidade.</div> <div>3. Evolução dos estudos em qualidade.</div> <div>4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.</div> <div>5. Qualidade e Produtividade: uma análise do binômio.</div> <div>6. Controle da qualidade total (TQC) e suas ferramentas de controle.</div> <div>7. Gestão da qualidade total (TQM) e suas ferramentas de gestão.</div> <div>8. TQC versus TQM.</div> <div>9. Círculos do controle de qualidade (CCQ).</div> <div>10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.</div> <div>11. Normalização e certificação.</div> <div>12. Estudo dos sistemas de normas ISO.</div> <div>13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000.</div> <div>14. Importância da estatística no controle da qualidade de processos.</div> <div>15. Controle estatístico de processos (CEP).</div> <div>16. Ferramentas de avaliação da qualidade.</div> <div>17. Ciclo PDCA.</div>	
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, 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. 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 à 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 continua, 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 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	
1ª aula (2h/a) 23/09/2024	Apresentação da Disciplina. Formas de Avaliação. 1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade.	
2ª aula (2h/a) 24/09/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.	
3ª aula (2h/a) 30/09/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.	
4ª aula (2h/a) 01/10/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
05ª aula (2h/a) 21/10/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.
6ª aula (2h/a) 22/10/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.
7ª aula (2h/a) 29/10/2024	4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.
8ª aula (2h/a) 04/11/2024	4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.
9ª aula (2h/a) 05/11/2024	4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.
10ª aula (2h/a) 11/11/2024	5. Qualidade e Produtividade: uma análise do binômio.
11ª aula (2h/a) 12/11/2024	5. Qualidade e Produtividade: uma análise do binômio.
12ª aula (2h/a) 18/11/2024	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.
13ª aula (2h/a) 19/11/2024	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.
14ª aula (2h/a) 25/11/2024	Avaliação 1 (A1) Trabalho Coletivo (20%) e Avaliação Escrita (80%), correspondendo ao conteúdo estudado até a data da avaliação.
15ª aula (2h/a) 26/11/2024	Vista de Avaliação 1.
16ª aula (2h/a) 02/12/2024	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.

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
17ª aula (2h/a) 03/12/2024	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.
18ª aula (2h/a) 09/12/2024	9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
19ª aula (2h/a) 10/12/2024	9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
20ª aula (2h/a) 16/12/2024	9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
21ª aula (2h/a) 17/12/2024	9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
22ª aula (2h/a) 03/02/2025	11. Normalização e certificação. 12. Estudo dos sistemas de normas ISO. 13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000.
23ª aula (2h/a) 04/02/2025	11. Normalização e certificação. 12. Estudo dos sistemas de normas ISO. 13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000.
24ª aula (2h/a) 10/02/2024	11. Normalização e certificação. 12. Estudo dos sistemas de normas ISO. 13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000.
25ª aula (2h/a) 11/02/2024	14. Importância da estatística no controle da qualidade de processos. 15. Controle estatístico de processos (CEP).
26ª aula (2h/a) 17/02/2024	14. Importância da estatística no controle da qualidade de processos. 15. Controle estatístico de processos (CEP). 16. Ferramentas de avaliação da qualidade.
27ª aula (2h/a) 18/02/2024	17. Ciclo PDCA.

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
28ª aula (2h/a) 24/02/2024	17. Ciclo PDCA.
29ª aula (2h/a) 25/02/2024	Avaliação 2 (A2) Trabalho Coletivo (20%) e Avaliação Escrita (80%), correspondendo ao conteúdo estudado até a data da avaliação.
30ª aula (4h/a) 10/03/2024	Vista de Avaliação A2. Semana do Consumidor.
31ª aula (4h/a) 11/03/2024	Semana do Consumidor.
32ª aula (4h/a) 12/03/2024	Semana do Consumidor.
33ª aula (2h/a) 17/03/2024	Revisão do Conteúdo.
34ª aula (2h/a) 18/03/2024	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.
35ª aula (2h/a) 24/03/2024	Vista de Prova 3.
36ª aula (2h/a) 25/03/2025	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 (10) pode sofrer pequenas alterações devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.</p>	

Marta Duarte de Barros
Professor
Componente Curricular Gestão da Qualidade

Vagner Leite Rangel
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Vagner Leite Rangel, COORDENADOR(A) - FUC1 - CCTADCSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 24/09/2024 21:17:46.
- **Marta Duarte de Barros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 25/09/2024 18:31:36.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 17/09/2024. 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: 581509
Código de Autenticação: e82eac6b3d





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 110/2024 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2024/2

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"> o Elasticidade-preço e Elasticidade-renda da demanda o Elasticidade-preço cruzada da demanda o 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, pinceis 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)	18/09/2024 - Introdução à Economia 19/09/2024 - Introdução à Economia	
2ª Semana 3ª aula (2h/a) 4ª aula (2h/a) 5ª aula (2h/a)	25/09/2024 - Sistemas econômicos 26/09/2024 - Sistemas econômicos 28/09/2024 (Sábado) - Evolução do Pensamento Econômico	
3ª Semana 6ª aula (2h/a) 7ª aula (2h/a)	02/10/2024 - Evolução do Pensamento Econômico 03/10/2024 - Curva de possibilidades de produção	
4ª Semana 8ª aula (2h/a) 9ª aula (2h/a)	23/10/2024 - Custo de oportunidade 24/10/2024 - Deslocamentos da curva de possibilidades de produção	
5ª Semana 10ª aula (2h/a) 11ª aula (2h/a)	30/10/2024 - Deslocamentos da curva de possibilidades de produção 31/10/2024 - Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado	
6ª Semana 12ª aula (2h/a) 13ª aula (2h/a)	06/11/2024 - Demanda, Oferta e Equilíbrio de Mercado 07/11/2024 - Interferência do governo no equilíbrio de mercado	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
7ª Semana 14ª aula (2h/a) 15ª aula (2h/a)	13/11/2024 - Interferência do governo no equilíbrio de mercado 14/11/2024 - Trabalho - A1
8ª Semana 16ª aula (2h/a)	21/11/2024 - Prova - A1
9ª Semana 17ª aula (2h/a) 18ª aula (2h/a) 19ª aula (2h/a)	27/11/2024 - Elasticidade 28/11/2024 - Elasticidade 30/11/2024 (sábado) - Elasticidade
10ª Semana 20ª aula (2h/a) 21ª aula (2h/a)	04/12/2024 - Custos de Produção e Função de produção 05/12/2024 - Custos de Produção e Função de produção
11ª Semana 22ª aula (2h/a) 23ª aula (2h/a)	11/12/2024 - Conceitos de produto total, produtividade média e produtividade marginal 12/12/2024 - Conceitos de produto total, produtividade média e produtividade marginal
12ª Semana 24ª aula (2h/a) 25ª aula (2h/a) 26ª aula (2h/a)	18/12/2024 - Economias de escala ou rendimentos de escala 19/12/2024 - SACAIFF 21/12/2024 (Sábado) - SACAIFF
13ª Semana 27ª aula (2h/a) 28ª aula (2h/a)	05/02/2025 - Economias de escala ou rendimentos de escala 06/02/2025 - Custos de Produção e Maximização dos Lucros
14ª Semana 29ª aula (2h/a) 30ª aula (2h/a)	12/02/2025 - Custos de Produção e Maximização dos Lucros 13/02/2025 - Estruturas de Mercado
15ª Semana 31ª aula (2h/a) 32ª aula (2h/a) 33ª aula (2h/a)	19/02/2025 - Estruturas de Mercado 20/02/2025 - Concorrência perfeita (mercado competitivo) 22/02/2025 - Monopólio e Oligopólio
16ª Semana 34ª aula (2h/a) 35ª aula (2h/a)	26/02/2025 - Trabalho - A2 27/02/2025 - Prova - A2

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
17ª Semana 36ª aula (2h/a) 37ª aula (2h/a) 38ª aula (2h/a)	12/03/2025 - Semana do Consumidor 13/03/2025 - Semana do Consumidor 15/03/2025 - Grau de concentração econômica no Brasil
18ª Semana 39ª aula (2h/a) 40ª aula (2h/a)	19/03/2025 - Prova - A3 20/03/2025 - Vista de Prova + VS
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 Comportamento Organizacional

Jose Felipe da Silva Peres
Diretor de Ensino e Políticas Estudantis
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 12/11/2024 20:12:07.
- **Jose Felipe da Silva Peres, DIRETOR(A) - CD3 - DEPECSAP, DIRETORIA DE ENSINO E POLÍTICAS ESTUDANTIS**, em 13/11/2024 15:32:55.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 28/10/2024. 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: 592382
Código de Autenticação: 2ed8e50d2a





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 93/2024 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2024

1) IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR	
Componente Curricular	Gestão de Materiais e Recursos Patrimoniais
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	Larissa Alves Sincorá
Matrícula Siape	1327406
2) EMENTA	
Introdução à administração de materiais nas empresas públicas e privadas. Função da administração de materiais: sistema de administração, aquisição, controle, movimentação dos estoques de materiais e os subsistemas de normalização. Os sistemas de planejamento na administração de materiais. Lotes econômicos de compras. Dimensionamento da qualidade econômica de compras e de fabricação: fatores que envolvem custos, preços fixos e variáveis; entrega total ou parcial, a existência ou não de restrições. Previsões: a utilização pela administração de materiais. Estratégia de encomendas. A administração do patrimônio: os princípios de contabilização do imobilizado, inventário e auditorias	
3) OBJETIVOS DO COMPONENTE CURRICULAR	
<input type="checkbox"/> Capacitar os acadêmicos para a importância de compreender os sistemas de gestão de materiais e de sua importância para organização dos fluxos de produção.	
<input type="checkbox"/> Possibilitar o raciocínio crítico e analítico para resolução de problemas complexos quanto aos procedimentos da gestão de materiais.	
<input type="checkbox"/> Permitir que todos conheçam os sistemas de controle de estoques e suprimentos, visando à maximização da qualidade na prestação dos serviços internos e externos.	
<input type="checkbox"/> Possibilitar o desenvolvimento de uma visão ampla a respeito da necessidade de identificar e organizar adequadamente os materiais e os bens do patrimônio da empresa visando a sua correta utilização.	
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>	
Resumo: Não se aplica.	
Justificativa: Não se aplica.	
Objetivos: Não se aplica.	
Envolvimento com a comunidade externa: Não se aplica.	
6) CONTEÚDO	

6) CONTEÚDO
<p>1. A Logística e a Administração de Materiais:</p> <p>1.1. Visão logística;</p> <p>1.2. História e tendência de logística;</p> <p>1.3. Evolução e mudanças na administração de materiais.</p> <p>2. Administração de Estoques:</p> <p>2.1. Administração de estoques;</p> <p>2.2. Políticas de estoques;</p> <p>2.3. Tipos de estoques;</p> <p>2.4. Custo de estoques;</p> <p>2.5. Sistema de planejamento de estoques;</p> <p>2.6. Previsão de estoques;</p> <p>2.7. Avaliação dos níveis de estoques.</p> <p>3. Armazenagem e Controle:</p> <p>3.1 Armazenagem;</p> <p>3.2 Necessidade de espaço físico;</p> <p>3.3 Localização de depósitos;</p> <p>3.4 Avaliação de estoque;</p> <p>3.5 Curva ABC;</p> <p>3. 6 Inventário;</p> <p>3.7 Embalagem e manuseio;</p> <p>3.8 Depreciação.</p> <p>4. Classificação de Materiais:</p> <p>4.1 Atributos para a classificação de materiais;</p> <p>4.2 Tipos de classificação;</p> <p>4.3 Especificação;</p> <p>4.4 Critérios sobre a descrição;</p> <p>4.5 Normalização;</p> <p>4.6 Padronização;</p> <p>4.7 Análise de valor.</p> <p>5. Planejamento da Produção:</p> <p>5.1 Planejamento e controle da produção;</p> <p>5.2 MRP;</p> <p>5.3 MRP II;</p> <p>5.4 <i>Just in time</i>.</p>
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 (cases) - 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 estudado; e (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 de ideias, portanto, espaço onde um indivíduo/grupo discuta ou debata temas ou problemas que são propostos para 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:</p> <p>Provas escritas individuais e, provas escritas e/ou trabalhos coletivos. Além disso, será realizada uma avaliação atitudinal/comportamental, que observará a participação, assiduidade nas aulas, realização e entrega de atividades propostas, em sala, pelos alunos.</p> <p>Todas as atividades são avaliadas segundo o desenvolvimento das resoluções, sendo instrumentalizada 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 as seguintes avaliações:</p> <p>Destaca-se que as avaliações abaixo (N1, N2 e N3), serão igualmente contempladas dentro dos períodos avaliativos A1 e A2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • N1 = Nota obtida na <u>Prova Individual</u>, valor de 60 pontos. • N2 = Nota obtida em <u>Trabalho em Grupo*</u> (a ser desenvolvido durante o curso), valor de 30 pontos. • N3 = Nota obtida na <u>Avaliação Atitudinal</u> (Atividades em Sala**, Participação e Assiduidade), valor de 10 pontos. <p>* se o número de aulas permitir haverá uma pequena apresentação dos trabalhos, visando a troca de experiências na turma.</p> <p>** sem data programada, podendo acontecer em qualquer dia de aula. Em caso de ausência do aluno sem justificativa válida perante ao IFF campus Pádua-RJ, esta atividade não será repostada. Por ter caráter didático, os exercícios e atividades serão avaliados com relação à realização ou não das atividades programadas, desde que as entregas estejam dentro dos critérios e propósitos pré-definidos para sua elaboração.</p> <ul style="list-style-type: none"> • MÉDIA PARCIAL (períodos avaliativos "A1" e "A2") = (N1 + N2 + N3) • MÉDIA FINAL = (A1 + A2 / 2) <p>Se média \geq 60 pontos, <u>Aprovado</u>. Caso contrário, <u>Prova Final¹</u> (A3), para tentar <u>média</u> de 60 pontos.</p> <p>¹ Recuperação Final (Semestral): Avaliação escrita individual (todo o conteúdo do semestre).</p>		
8) RECURSOS FÍSICOS, MATERIAIS DIDÁTICOS, TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E LABORATÓRIOS		
<p>- Laboratório de Informática: contendo pelo menos 24 computadores conectados com a internet.</p> <p>- Laboratório de Administração: equipamentos tecnológicos e não-tecnológicos, recursos multimídias, bancadas, cadeiras, quadro branco, mesa de reunião, e televisão.</p> <p>- Sala de Aula: quadro branco, pincéis de três cores diferentes, apagador, projetor com saída HDMI e, caixa de som.</p> <p>- Biblioteca: material bibliográfico referente à disciplina, disponível para consultas e empréstimos.</p> <p>- Plataforma Moodle: O material de apoio à disciplina estará disponível no Moodle - “Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)” do IFF, no endereço eletrônico https://ead2.iff.edu.br/</p>		
9) VISITAS TÉCNICAS E AULAS PRÁTICAS 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
SEMESTRE LETIVO (2024/2): Início: 18/09/2024 Término: 26/03/2025	Módulo 1) A Logística e a Administração de Materiais:
	1.1. Visão logística;
	1.2. História e tendência de logística;
	1.3. Evolução e mudanças na administração de materiais.
	Atividade 1
	Apresentação de Trabalho
	Módulo 2) Administração de Estoques:
	2.1. Administração de estoques;
	2.2. Políticas de estoques;
	2.3. Tipos de estoques;
	2.4. Custo de estoques;
	2.5. Sistema de planejamento de estoques;
	2.6. Previsão de estoques;
	2.7. Avaliação dos níveis de estoques.
	Atividade 2
	Prova 1: Módulo 1 e Módulo 2
	Módulo 3) Armazenagem e Controle:
	3.1 Armazenagem;
	3.2 Necessidade de espaço físico;
	3.3 Localização de depósitos;
	3.4 Avaliação de estoque;
	3.5 Curva ABC;
	3. 6 Inventário;
	3.7 Embalagem e manuseio;
	3.8 Depreciação.
	Atividade 3
	Módulo 4) Classificação de Materiais:
	4.1 Atributos para a classificação de materiais;
	4.2 Tipos de classificação;
	4.3 Especificação;
	4.4 Critérios sobre a descrição;
	4.5 Normalização;
	4.6 Padronização;
	4.7 Análise de valor.
	Atividade 4
	Prova 2: Módulo 3 e Módulo 4
	Módulo 5) Planejamento da Produção:
	5.1 Planejamento e controle da produção;
	5.2 MRP;
	5.3 MRP II;
	5.4 <i>Just in time</i> .
	Atividade 5
	Apresentação de Trabalho
	Recuperação Final: <i>conteúdo de todo o semestre!</i>
*Observações	<p>(i) A critério da professora e conforme o número de alunos matriculados, o programa desta disciplina poderá ser modificado.</p> <p>(ii) Sempre que necessário, o aluno poderá contatar a docente por meio do e-mail institucional: larissa.sincora@iff.edu.br; ou diretamente em sala de aula (esta é a via principal, dado que o curso é presencial).</p>

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
Recuperação Semestral	<p>O(a) professor(a) poderá em caso de necessidade realizar recuperações paralelas, isto é, oferecendo ao aluno uma oportunidade de se recuperar após o período avaliativo de A1 (1º bimestre) e A2 (2º bimestre).</p> <p>Além disso, poderá ser aplicada uma avaliação substitutiva A3 (recuperação final), no término do semestre letivo, 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 (A1 e A2).</p>

11) BIBLIOGRAFIA	
11.1) Bibliografia básica	11.2) Bibliografia complementar
<p>DIAS, Marco Aurélio P. Introdução à Logística. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2017.</p> <p>BALLOU, Ronald H. Gerenciamento da cadeia de Suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2006.</p> <p>POZO, Hamilton. Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2015.</p>	<p>ARNOLD, J. R. Tony. Administração de Materiais. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.</p> <p>FRANCISCHINI, Paulino G; GURGEL, Floriano do Amaral. Administração de Materiais e do Patrimônio. São Paulo: Cengage Learning, 2013.</p> <p>SLACK, N.; BRANDON-JONES, A.; JOHNSTON, R. Administração da Produção. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2017.</p> <p>TUBINO, Dalvio Ferrari. Planejamento e controle da produção: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2017.</p> <p>VALLE, Rogerio; SOUZA, Ricardo Gabbay. Logística reversa: processo a processo. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2014.</p>

12) OBSERVAÇÕES
*O Cronograma de Desenvolvimento (10) pode sofrer pequenas alterações devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.

Larissa Alves Sincorá
Professora
Componente Curricular Gestão de Materiais e Recursos Patrimoniais

Vagner Leite Rangel
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Vagner Leite Rangel, COORDENADOR(A) - FUC1 - CCTADCSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 23/09/2024 18:43:40.
- **Larissa Alves Sincora, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 25/09/2024 17:16:16.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 18/09/2024. 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: 581654
Código de Autenticação: 10289c6007





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 106/2024 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2024

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.</p> <p>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>Comportamento do cliente de Serviços; O Cliente; Importância do comportamento do cliente em administração; Três papéis do cliente: usuário, pagante, comprador; Valores de mercado que os clientes buscam;</p> <p>Determinantes do Comportamento do Cliente de Serviços Características de mercado: clima, topografia e ecologia; Contexto de mercado: economia, governo e tecnologia; Contexto pessoal: cultura, grupos de referência e valor pessoal; Características pessoais: genética, etnia, gênero, idade e personalidade;</p> <p>Tendências dos determinantes do comportamento do cliente;</p> <p>Exercício.</p> <p>A Disposição Mental do Cliente O cliente como alguém que percebe e aprende; Motivação do cliente: necessidades, emoções e psicografia; Diferenciação e segmentação de mercado: respondendo às diferenças dos clientes;</p> <p>Trabalho individual.</p> <p>Marketing de Serviços Definições de serviços; motivadores e modelos de análise do marketing de serviços; Foco no cliente: comportamento do consumidor em serviços; expectativas e percepções dos clientes acerca dos serviços Ouvindo as solicitações dos clientes: construindo relacionamentos com clientes; recuperação de serviços; 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; 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; Administrando as promessas de serviços: comunicação integrada de marketing de serviços; a precificação dos serviços</p> <p>Apresentação de Seminário</p>	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO	
<p>Semestre único- (80h/a)</p> <p>Início: 18 de setembro de 2024</p> <p>Término: 26 de março de 2024</p>	<p>Avaliação individual.</p> <p>Estratégias direcionadas para o mercado: relações com o cliente final; Além do Valor da Marca: a questão do Valor do Cliente; A espiral da morte do produto lucrativo; O verdadeiro Valor do Cliente por toda a vida; A estrutura para o Valor do Cliente: construindo o Valor do Valor, o Valor da Marca e o Valor de Retenção; Gerenciando o Valor do Cliente: a pirâmide de clientes; Gerenciando a pirâmide de clientes Métricas de marketing: Participação em corações, mentes e mercados: participação no mercado, percepções do cliente e análise competitiva; Margens e lucros: receitas, estruturas de custo e lucratividade; Gerenciamento de produtos e portfólio: as métricas por trás da estratégia de produtos, incluindo medidas de teste, crescimento, canibalismo e valor de marca; Rentabilidade do cliente: valor do cliente individual e dos relacionamentos;</p> <p>Trabalho individual.</p> <p>Endomarketing</p> <p>Marketing interno na organização, o conjunto de ações enfocadas no público interno; A conscientização dos funcionários e das chefias para a importância do atendimento de excelência ao cliente; Casos de sucesso e de insucesso em campanhas de endomarketing.</p> <p>Exercício.</p> <p>Pesquisa de Marketing Fatores que definem a necessidade de uma pesquisa de Marketing Objetivos da pesquisa de Marketing Processo da Pesquisa de Marketing: Concepção, Planejamento e Execução 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>Aplicações Tradicionais da Pesquisa de Marketing</p> <p>Apresentação de Seminário</p> <p>Avaliação individual (A2).</p> <p>Avaliação individual (A3).</p> <p>Entrega das provas. Fechamento das Notas. Encerramento da disciplina.</p>
Avaliação 1 (A1) - 100 pontos	<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>
Avaliação 2 (A2) - 100 pontos	<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>
Avaliação 3 (A3) - 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
<div></div>	

11) BIBLIOGRAFIA	
<p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. de Serviços. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>KOTLER, P.; KELLER, K. Administração de Marketing. 12ª ed. São Paulo: Pearson, 2012.</p> <p>MATTAR Fauze. Pesquisa de Marketing. 1ª Ed. São Paulo: ST, 2013</p>	<p>DAHLSTROM, Robert. Gerenciamento de Marketing Verde. 1ª Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.</p> <p>LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. de Serviços. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2012.</p> <p>MAXINMINIANO, Antônio Cesar Amaru. Introdução à Administração. 2ª Ed. São Paulo. Saraiva, 2016.</p> <p>PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva. 1ª Ed. Campus, 1989.</p> <p>TURCHI, Sandra R. Estratégias de Marketing Digital e E-Commerce. 1ª Ed. Atlas, 2012.</p> <p>YANAZE, Mitsuru Higuchi. Gestão de Marketing e Comunicação. 1ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.</p>
12) OBSERVAÇÕES	
<p>Este plano poderá sofrer pequenas alterações ao longo do semestre letivo devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.</p>	

Geísa Pereira Marcilio Nogueira
Professora
Componente Curricular Marketing II

Vagner Leite Rangel
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Jose Felipe da Silva Peres, DIRETOR(A) - CD3 - DEPECSAP, DIRETORIA DE ENSINO E POLÍTICAS ESTUDANTIS**, em 30/10/2024 08:50:58.
- **Geisa Pereira Marcilio Nogueira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 14/11/2024 11:32:02.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 11/09/2024. 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: 579981
Código de Autenticação: e42a53ef6d





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 94/2024 - CCTADCSAP/DEPECSAP/DGCSAP/IFFLU

PLANO DE ENSINO

Curso: Bacharelado em Administração

Eixo Tecnológico: Gestão e Negócios

4º Período

Ano 2024

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	Marta Duarte de Barros
Matrícula Siape	1258941
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>
Resumo: Não se aplica.
Justificativa: Não se aplica.
Objetivos: Não se aplica.
Envolvimento com a comunidade externa: Não se aplica.
6) CONTEÚDO
<div>1. Definição e conceitos de qualidade.</div> <div>2. Histórico da administração da qualidade.</div> <div>3. Evolução dos estudos em qualidade.</div> <div>4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.</div> <div>5. Qualidade e Produtividade: uma análise do binômio.</div> <div>6. Controle da qualidade total (TQC) e suas ferramentas de controle.</div> <div>7. Gestão da qualidade total (TQM) e suas ferramentas de gestão.</div> <div>8. TQC versus TQM.</div> <div>9. Círculos do controle de qualidade (CCQ).</div> <div>10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.</div> <div>11. Normalização e certificação.</div> <div>12. Estudo dos sistemas de normas ISO.</div> <div>13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000.</div> <div>14. Importância da estatística no controle da qualidade de processos.</div> <div>15. Controle estatístico de processos (CEP).</div> <div>16. Ferramentas de avaliação da qualidade.</div> <div>17. Ciclo PDCA.</div>
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, 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. 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 à 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 continua, 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 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	
1ª aula (2h/a) 23/09/2024	Apresentação da Disciplina. Formas de Avaliação. 1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade.	
2ª aula (2h/a) 24/09/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.	
3ª aula (2h/a) 30/09/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.	
4ª aula (2h/a) 01/10/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.	

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
05ª aula (2h/a) 21/10/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.
6ª aula (2h/a) 22/10/2024	1. Definição e conceitos de qualidade. 2. Histórico da administração da qualidade. 3. Evolução dos estudos em qualidade.
7ª aula (2h/a) 29/10/2024	4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.
8ª aula (2h/a) 04/11/2024	4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.
9ª aula (2h/a) 05/11/2024	4. Contribuição dos pensadores os chamados “gurus da qualidade”.
10ª aula (2h/a) 11/11/2024	5. Qualidade e Produtividade: uma análise do binômio.
11ª aula (2h/a) 12/11/2024	5. Qualidade e Produtividade: uma análise do binômio.
12ª aula (2h/a) 18/11/2024	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.
13ª aula (2h/a) 19/11/2024	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.
14ª aula (2h/a) 25/11/2024	Avaliação 1 (A1) Trabalho Coletivo (20%) e Avaliação Escrita (80%), correspondendo ao conteúdo estudado até a data da avaliação.
15ª aula (2h/a) 26/11/2024	Vista de Avaliação 1.
16ª aula (2h/a) 02/12/2024	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.

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
17ª aula (2h/a) 03/12/2024	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.
18ª aula (2h/a) 09/12/2024	9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
19ª aula (2h/a) 10/12/2024	9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
20ª aula (2h/a) 16/12/2024	9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
21ª aula (2h/a) 17/12/2024	9. Círculos do controle de qualidade (CCQ). 10. Desdobramento da função de qualidade (QFD): conceitos, aplicação e extensão.
22ª aula (2h/a) 03/02/2025	11. Normalização e certificação. 12. Estudo dos sistemas de normas ISO. 13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000.
23ª aula (2h/a) 04/02/2025	11. Normalização e certificação. 12. Estudo dos sistemas de normas ISO. 13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000.
24ª aula (2h/a) 10/02/2024	11. Normalização e certificação. 12. Estudo dos sistemas de normas ISO. 13. Estudo dos sistemas de normas ISO/9000:2000.
25ª aula (2h/a) 11/02/2024	14. Importância da estatística no controle da qualidade de processos. 15. Controle estatístico de processos (CEP).
26ª aula (2h/a) 17/02/2024	14. Importância da estatística no controle da qualidade de processos. 15. Controle estatístico de processos (CEP). 16. Ferramentas de avaliação da qualidade.
27ª aula (2h/a) 18/02/2024	17. Ciclo PDCA.

10) CRONOGRAMA DE DESENVOLVIMENTO*	
28ª aula (2h/a) 24/02/2024	17. Ciclo PDCA.
29ª aula (2h/a) 25/02/2024	Avaliação 2 (A2) Trabalho Coletivo (20%) e Avaliação Escrita (80%), correspondendo ao conteúdo estudado até a data da avaliação.
30ª aula (4h/a) 10/03/2024	Vista de Avaliação A2. Semana do Consumidor.
31ª aula (4h/a) 11/03/2024	Semana do Consumidor.
32ª aula (4h/a) 12/03/2024	Semana do Consumidor.
33ª aula (2h/a) 17/03/2024	Revisão do Conteúdo.
34ª aula (2h/a) 18/03/2024	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.
35ª aula (2h/a) 24/03/2024	Vista de Prova 3.
36ª aula (2h/a) 25/03/2025	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 (10) pode sofrer pequenas alterações devido a mudanças de horário ou eventos pertinentes à área.</p>	

Marta Duarte de Barros
Professor
Componente Curricular Gestão da Qualidade

Vagner Leite Rangel
Coordenador
Curso Bacharelado em Administração

COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Documento assinado eletronicamente por:

- **Vagner Leite Rangel, COORDENADOR(A) - FUC1 - CCTADCSAP, COORDENAÇÃO DO CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**, em 24/09/2024 21:17:46.
- **Marta Duarte de Barros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 25/09/2024 18:31:36.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 17/09/2024. 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: 581509
Código de Autenticação: e82eac6b3d

