



Faculdade Sumaré
Curso de Bacharelado em Administração
6º. Semestre

PROJETO PROFISSIONAL INTERDISCIPLINAR VI

Tema – Marketing nas Organizações –

Objetivo - visa envolver os alunos no tema proposto. Dessa forma, o aluno poderá de forma profissional desenvolver projetos reais de uma das áreas de Marketing, inovando ou propondo melhorias

Manual de orientação para Docentes e Discente

Este Manual tem por objetivo orientar docentes e discentes a respeito do Projeto Profissional Interdisciplinar, esclarecendo: os Componentes Curriculares do Curso e do Semestre; Objetivo do Trabalho; Contribuições para o Curso Superior; Metodologia; Aspectos Interdisciplinares envolvendo componentes multidisciplinares e transversais; Responsabilidades do Professor Orientador, Docentes e Discentes; Avaliação do Ensino Aprendizagem; Roteiro, e; Cronograma de Atividades.

1. Componente Curricular

Componente Curricular	
1º SEMESTRE	
Ciências Sociais	
Contabilidade I	
Fundamentos da Administração	
Matemática Financeira	
Tecnologia e Sociedade	
Projeto Profissional Interdisciplinar I - Profissão Administrador	
2º SEMESTRE	
Contabilidade II	
Economia	
Teorias Organizacionais	
Sustentabilidade e Responsabilidade Social	
Projeto Profissional Interdisciplinar II - Teorias Organizacionais, Sustentabilidade e Economia nas Organizações	
3º SEMESTRE	
Análise das Demonstrações Financeiras	
Estatística I	
Estrutura e Gestão de Processos	
Legislação Trabalhista	
Filosofia	
Projeto Profissional Interdisciplinar III - Gestão de Processos	
4º SEMESTRE	
Administração de Sistemas de Informações	
Estatística II	
Finanças Corporativa I	
Gestão de Pessoas I	
Comportamento nas Organizações	
Projeto Profissional Interdisciplinar IV - Gestão de Pessoas, Cultura e Diversidade nas Organizações	

5º SEMESTRE	
Administração de Operações, Serviços e Sistemas Produtivos I	
Finanças Corporativa II	
Gestão de Pessoas II	
Gestão de Processos Decisórios	
Direito Empresarial	
Projeto Profissional Interdisciplinar V - Administração de Sistemas Operacionais, Serviços e Produtivos	
6º SEMESTRE	
Administração de Operações, Serviços e Sistemas Produtivos II	
Gestão de Custos e Preços	
Logística Empresarial	
Marketing I	
Governança Corporativa	
Projeto Profissional Interdisciplinar VI - Marketing nas Organizações	
7º SEMESTRE	
Estratégia Empresarial I	
Marketing II	
Planejamento Orçamentário	
Tópicos Avançados de Gestão	
Lógica e Interpretação de Dados	
Trabalho de Conclusão de Curso I	
8º SEMESTRE	
Estratégia Empresarial II	
Inovação e Negócios	
Jogos de Empresa	
Plano de Negócios	
Aplicação e Análise de Casos	
Trabalho de Conclusão de Curso II	
Total Parcial	
Estágio Supervisionado	
Atividades Acadêmicas Complementares	
Total Geral	
Libras	

São Paulo, março de 2013

2. Introdução

O Projeto Profissional Interdisciplinar (PPI), amparada na Resolução CNE/CES nº3/2007, DOU 03/03/2007, em seu artigo 2º, inciso II, é um componente curricular de prática orientada presente no curso e orienta o currículo numa perspectiva interdisciplinar, articulando o perfil de competências profissionais do curso e as intenções formativas do semestre, potencializando o desenvolvimento de estratégias de conhecimento e de intervenção social como resposta aos desafios contemporâneos.

O PPI tem como objetivo a problematização de cenários definidos para cada semestre do curso, subsidiada por estratégias de pesquisa científica e de implementação de projetos em diferentes áreas de conhecimento, possibilitando aos estudantes a responsabilidade de organizar seu próprio processo de aprendizagem.

Por meio do PPI, o corpo discente é estimulado a investigar, formular propostas e elaborar documentos conclusivos, socializando o conhecimento construído com a comunidade local mediante apresentação dos resultados.

Nessa perspectiva, cabe aos estudantes estabelecerem um diálogo com a realidade, explicitando concepções e compreensões, formulando questões e perguntas que deverão contribuir para a solução de situações-problemas propostas pelo professor responsável, cujo papel é o facilitar esse processo, estimulando e orientando os estudantes que são centro do processo de ensino e aprendizagem.

Em cada semestre, o PPI é organizado em torno de um tema que articula os conhecimentos adquiridos nas disciplinas daquele semestre. Os projetos são realizados em grupos, a fim de proporcionar aprendizado de uma postura democrática, participativa, cooperativa, crítica e empática face aos integrantes do grupo.

Para cada PPI, a Coordenação de Curso atribui a responsabilidade de orientação e para um professor por turma; todos os outros professores do semestre fazem o acompanhamento do projeto, juntamente com o orientador.

O planejamento, o controle da realização, os critérios de avaliação e formas de registro acadêmico estão definidos Plano de Ensino da disciplina de cada semestre.

2.1 Objetivos do PPI

- Conhecer, compreender e Aplicar conceitos de Marketing nas organizações;
- Vivenciar diferentes estruturas organizacionais relacionadas a área de Marketing compreendendo suas funções, competências, contextualização, cenários e multidisciplinaridade no mínimo com custos e preços, sistemas produtivos, negociação, ética nos negócios;
- Consolidar as habilidades de comunicação escrita e oral;
- Redigir as informações coletadas no trabalho escrito, ordenando-as de forma coerente e obedecendo ao rigor metodológico previsto pela ABNT.

2.2 Contribuições para o Curso de Administração:

O PPI VI, contribui no mínimo com a formação profissional que revela, pelo menos, as seguintes competências e habilidades:

I- reconhecer e definir problemas, equacionar soluções, **pensar estrategicamente**, introduzir modificações no processo produtivo, atuar preventivamente, transferir e generalizar conhecimentos e exercer, em diferentes graus de complexidade, o processo da tomada de decisão;

II- desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de **negociação** e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;

III- refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e **função na estrutura produtiva** sob seu controle e gerenciamento;

IV- desenvolver raciocínio lógico, crítico e analítico para operar com valores e **formulações matemáticas presentes nas relações formais e causais entre fenômenos produtivos**, administrativos e de controle, bem assim expressando-se de modo crítico e criativo diante dos diferentes contextos organizacionais e sociais;

V- ter iniciativa, criatividade, determinação, vontade política e administrativa, vontade de aprender, abertura às mudanças e consciência da qualidade e das implicações éticas do seu exercício profissional;

VI- desenvolver capacidade de transferir conhecimentos da vida e da experiência cotidianas para o ambiente de trabalho e do seu campo de atuação profissional, em diferentes modelos organizacionais, revelando-se profissional adaptável.

3. Metodologia

Da condução do estudo

O projeto será executado de forma coletiva. Para isso, a turma deverá ser dividida em equipes de 05 (cinco) a 06 (seis) alunos para a escolha do empreendimento, serviço ou produto, ligado ao cenário de entretenimento ou eventos, que irão analisar. Para encaminhá-los na investigação, destacamos algumas obras que darão sustentação à pesquisa, além de materiais via internet, revistas, jornais, etc. São elas:

Bibliografia Básica

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas. 3ª ed. São Paulo: Elsevier, 2010.

DUTRA, Joel. Gestão de Pessoas. Modelos, processos, tendências e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2011.

LEITE, Luiz Augusto Mattana da Costa et al. CONSULTORIA EM GESTÃO DE PESSOAS. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

IEIRA, Marcelo Milano Falcão e ZOUAIN, Deborah Moraes (orgs.) Pesquisa Qualitativa em Administração-teoria e Prática. Rio de Janeiro: FGV, 2005. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=Yv0GLs_cA14C&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false.

TORRES, C. e LELLIS, J. C. Garantia de Sucesso em Gestão de Projetos. Rio de Janeiro: Brasport, 2008. Disponível em:
<http://books.google.com.br/books?id=AUmdCZhH5MsC&pg=PA20&dq=gest%C3%A3o+de+projetos+equipe&hl=pt-BR&sa=X&ei=z-kwUYuZE4fA9QTau4HQBQ&ved=0CFcQ6AEwBQ#v=onepage&q=gest%C3%A3o%20de%20projetos%20equipe&f=false>.

Bibliografia Complementar

DIAS, Donaldo de Souza; SILVA, Mônica Ferreira da. COMO ESCREVER UMA MONOGRAFIA: MANUAL DE ELABORAÇÃO COM EXEMPLOS E EXERCÍCIOS. São Paulo: Atlas, 2010.

LUCKESI, Cipriano Carlos; BARRETO, Eloi; COSMA, José ... [et al].. FAZER UNIVERSIDADE: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA. 16. ed. São Paulo: Cortez, 2010

SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2007. 303p.

HELDMAN, Kim. Gerência de Projetos - Fundamentos: Um Guia Prático... Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. Disponível em:

<http://books.google.com.br/books?id=nCdtz8sBhsUC&printsec=frontcover&dq=gest%C3%A3o+de+projetos&hl=ptBR&sa=X&ei=jegwUZ7KsSx0AG00YQCQDw&ved=0CFQ6AEwBQ>.

DINSMORE, Paul C.; CABANIS-BREWING, Jeannette. [et al] AMA - Manual de Gerenciamento de Projetos. Rio de Janeiro: Brasport, 2009. Disponível em:

http://books.google.com.br/books?id=_wJBwW7QJYC&pg=PA145&dq=gest%C3%A3o+de+projetos+equipe&hl=ptBR&sa=X&ei=zkwUYuZE4fA9QTau4HQBQ&ved=0CEsQ6AEwAw#v=onepage&q=gest%C3%A3o%20de%20projetos%20equipe&f=false.

Acesso em 23/02/2013.

COOPER, DONALD e SCHINDLER, Pamela S. Métodos de Pesquisa Em Administração. Porto Alegre, Bookman, 2003. Disponível em:

<http://books.google.com.br/books?id=lpfVATveeckC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>.

Também deverão ser pesquisados os livros e artigos indicados nos Planos de Ensino dos componentes curriculares do semestre.

A apresentação final visual do trabalho pode ser feita na formatação de um vídeo, teatro, banner, palestra, seminário, artigo, entrevista, previamente definido pelo Professor Orientador. Os melhores trabalhos serão utilizados para apresentação interna e comunidade promovendo atividades de pesquisa e extensão estimulando e incentivando o interesse pelo ensino superior e contribuindo para melhorias de práticas da comunidade.

4. Aspectos da Interdisciplinaridade

Especificamente neste semestre, serão desenvolvidas atividades práticas orientadas relacionadas ao tema Administração de Operações, Serviços e Sistemas Produtivos II, Gestão de Custos e Preços, Logística Empresarial, Marketing I e Governança Corporativa.

A disciplina de Administração de Operações e Serviços e Sistemas Produtivos II auxilia na importância da qualidade do produto ou serviço. As disciplinas de Gestão de Custos e Preços associadas com a Logística contribuem para os componentes de Preço e Distribuição no conceito e Marketing. As práticas de governança contribuem para a ética nos negócios e, assim como na Administração de Operações, Serviços e Sistemas Produtivos II, possibilita a compreensão da importância da estrutura organizacional aderindo aos conceitos de planejamento, direção e controle organizacionais.

A disciplina de Marketing I que subsidia de forma multidisciplinar os conceitos anteriormente descritos, trabalha o produto ou serviços no âmbito de negócios analisando o processo de criação, desenvolvimento e entrega dos produtos e, ou serviços aos clientes.

A interdisciplinaridade ocorre com a utilização de pontos-chaves, identificados no quadro abaixo, que estão diretamente relacionados ao conteúdo das disciplinas estudadas durante o semestre. Dessa forma, o aluno e o docente podem contribuir simultaneamente (durante o semestre letivo) na orientação e contribuições pertinentes a aplicação prática da disciplina, não restringindo, portanto, apenas a atuação do professor orientador.

Quadro: Multidisciplinaridade e/ou Transversalidade no Semestre

Disciplina	Conteúdo solicitado
Marketing I	Escolher uma empresa para pesquisar. Verificar como funciona a área de Marketing.
Administração de Sistemas Produtivos II, Gestão de Custos e Preços, Logística, Governança Corporativa	Verifique na empresa escolhida os seguintes aspectos: - Qual a contribuição da área de Marketing para o crescimento dos negócios? - Como são elaborados os preços dos produtos ou serviços? - Como são feitas as vendas da empresa (por região, pela internet, centralizadas em uma grande capital brasileira)? - Qual a importância da Logística na distribuição de um produto ou serviço? Ela impacta nos negócios? - A ética e a sustentabilidade são valorizadas pela área de marketing? De que forma auxilia nos negócios?
Conclusão	Dê sugestões aos problemas encontrados ou ressalte a importância da gestão de Marketing para uma organização.

5. Responsabilidades

5.1 Professor Orientador

Com base nos objetivos e livros indicados pelos professores das disciplinas que compõem o semestre, produzir o manual de orientação para alunos e professores, submetendo-o à apreciação dos colegas; disponibilizar no Moodle, ambiente virtual docente este Plano de Ensino, enviar por *e-mail* aos

outros professores da grade especificidades do trabalho possibilitando e promovendo a co-orientação durante a aprendizagem de suas respectivas matérias; orientar a confecção dos projetos e a apresentação final oral do trabalho; atribuir nota no primeiro e segundo bimestre; definir um cronograma de atendimento, ficando a disposição na sala de atendimento da Unidade em dia e horário combinados.

Entregar para a biblioteca uma cópia em CD dos projetos interativos produzidos no semestre. A biblioteca manterá os CD's para consulta durante o prazo de 1 ano.

5.2 Docentes no Semestre

Por *e-mail*, enviar ao professor coordenador, os objetivos relevantes a sua disciplina que devem ser contemplados no projeto interativo, bem como os livros que auxiliarão na elaboração do estudo; avaliar e comentar o(s) trabalho(s) escrito(s) que lhes foram consultados e, em folha anexada ao projeto; encaminhar recomendações ao professor orientador do PPI auxiliando inclusive na definição da nota.

5.3 Discentes

Atender às orientações do professor responsável pela condução do projeto interativo; envolver-se com o projeto, mantendo em dia suas obrigações para com o grupo e o cronograma estabelecido para entrega das versões intermediárias e final; desenvolver o projeto seguindo o roteiro especificado ao final do manual, não devendo este ultrapassar 20 (vinte) páginas. O número mínimo de páginas do projeto, a contar da folha de rosto até as referências bibliográficas, deve ser de 10 (dez) páginas.

Preparar-se para a exposição oral dos projetos e conforme recomendação do orientador em data específica para demais cursos, colegas e comunidade em eventos de extensão e pesquisa.

6. Avaliação do Processo de Ensino Aprendizagem

O desempenho dos grupos será avaliado:

- ✓ 3.1 Continuamente, levando-se em conta o cumprimento das obrigações, e;
- ✓ Ao final do processo, pela qualidade do projeto escrito e da exposição oral do trabalho.

No primeiro bimestre será atribuída a nota de 0 a 10 ao grupo avaliando o empenho de seus participantes, entrega das quatro primeiras páginas ou ao critério do docente levando-se em consideração o cumprimento do cronograma previamente acordado. Os alunos que não participarem do processo através da indicação dos colegas ou da identificação por parte do docente terão avaliação individual.

No segundo bimestre, será atribuída nota de 0 a 8, estando 2 pontos associados a Prova Qualis aplicada no semestre. O critério de avaliação se resume ao empenho dos integrantes do grupo através da entrega de todo o projeto com a apresentação final do trabalho e ao cumprimento do cronograma previamente acordado.

A média final será feita conforme estabelecido no regimento, média da Nota do Primeiro Bimestre + Nota do Segundo Bimestre. O aluno estará apto na disciplina se tiver média final superior a 6 (seis) pontos.

A revisão da nota deverá ser solicitada diretamente ao Professor Orientador e juntamente com outro docente da grade curricular do semestre avaliarão a propriedade do pedido. Este procedimento deverá ser efetuado até a finalização do semestre letivo, não cabendo portanto, qualquer correção em prazo superior.

As faltas serão dimensionadas de acordo com o cronograma de atividades previamente estabelecido entre o professor orientador e o grupo de trabalho. As faltas serão consideradas mediante ao não cumprimento das entregas previstas no cronograma de atividades. A cada descumprimento de data, os alunos do grupo serão onerados em 3 faltas. A reprovação por falta segue o regimento da Faculdade, sendo que, estará reprovado o aluno que tiver faltas acima de 25% da carga horária total do componente curricular.

7. Roteiro

Para o trabalho o seguinte roteiro deverá ser contemplado:

<p>1ª página – Capa contendo nome da Faculdade (logo), nome dos alunos, RA´s, Título do Trabalho, Prof. Orientador , Ano (ex.2014-1)</p> <p>2ª página - Resumo</p> <p>3ª página - Sumário</p>
<p>4ª página - Introdução falando a respeito da Área de Marketing.</p> <p>5ª página – A importância da formação de preço, da qualidade do produto, da logística de entrega de produtos e serviços, da ética e da sustentabilidade nos negócios.</p> <p>6ª página – Conclusão. Dê sugestões de melhorias.</p>
<p>7ª página - Referências Bibliográficas, incluir no mínimo a bibliografia das disciplinas registradas no Plano de Ensino que fica no ambiente virtual.</p>

8. Cronograma

O cronograma de atividades bem como as orientações são definidas pelos professores orientadores adequando a melhor forma para as boas práticas no andamento dos atividades orientadas. Adequações ao cronograma podem ser feitas sempre que necessário e de comum acordo entre os envolvidos (alunos, docentes e professor orientador).

O adequado cumprimento as datas previamente acordadas implicam na aprovação da frequência do aluno, podendo o mesmo, ficar reprovado se não atender as solicitações.

Modelo de Cronograma

Data	Conteúdo	Quantidade em horas	Responsável
------	----------	---------------------	-------------

	Apresentação do Manual do PI e escolha e divisão do tema	5	
	Entrega do tema escolhido/componentes do grupo e levantamento bibliográfico. (EAD)	4	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 1,2 e 3	3	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 4,5	3	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 6	3	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), todos os grupos	3	
	Entrega da 1ª, 2ª e 3ª página	3	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 1,2 e 3	3	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 4,5,6	3	
	Entrega do Projeto	5	
	Devolutiva	5	
	Apresentação Final e atribuição de nota	5	
	Devolutiva e atribuição da primeira nota	5	

Total

50

Os atendimentos devem ser realizados em local específico acordado com o gestor da Unidade. O professor orientador agenda o dia, horário, comunicando aos alunos, gestor, coordenador em relação a estas informações.

Tendo em vista que a natureza da orientação deve ser feita de forma contínua, em detrimento ao número de horas do projeto, não há delimitação de encontros, apenas um encontro com a totalidade dos alunos para início dos trabalhos e o final contemplando a apresentação oral dos resultados.

Bom Trabalho!

Obs.: este manual poderá sofrer alterações para melhor atender o objetivo por ele proposto. Qualquer alteração somente será implementada depois de discutida e validada entre os alunos e docentes do referido semestre.