



Faculdade Sumaré
Tecnológico em Marketing

5º. Semestre

PROJETO PROFISSIONAL INTERDISCIPLINAR V

Tema: Sustentabilidade, Cultura, Diversidade e a Gestão Estratégica de Marketing

Objetiva estudar a interdependência do trabalho de marketing com demandas sociais. Assim o aluno reconhecerá que o a Gestão do trabalho de Marketing se estende para além da operação em si. E que é influenciado e influência as questões de sustentabilidade, cultura e da diversidade.

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

<i>Componente Curricular</i>
<i>1º SEMESTRE</i>
Fundamentos da Administração
Fundamentos de Marketing
Matemática Financeira
Projeto Profissional Interdisciplinar I
Publicidade e Propaganda
Tecnologia e Sociedade - EAD
<i>2º SEMESTRE</i>
Estatística Aplicada
Gestão de Preços
Pesquisa de Mercado
Projeto Profissional Interdisciplinar II
Sistemas de Informações em Marketing
Sustentabilidade e Responsabilidade Social – EAD
<i>3º SEMESTRE</i>
Filosofia - EAD
Fundamentos de Contabilidade
Gestão de Produtos, Serviços e Marcas
Gestão de Vendas
Logística e Gestão de Canais de Distribuição
Projeto Profissional Interdisciplinar III
<i>4º SEMESTRE</i>
Administração da Comunicação em Marketing
Comportamento do Consumidor
Direito Comercial e Código de Consumidor
Lógica e Interpretação de Dados - EAD
Marketing de Relacionamento
Projeto Profissional Interdisciplinar IV
<i>5º SEMESTRE</i>
Comportamento nas Organizações - EAD

Desenvolvimento Gerencial
Gestão Estratégica de Marketing
Marketing Eletrônico
Plano de Negócios
Projeto Profissional Interdisciplinar V
Libras

São Paulo, Março de 2014

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.

Componentes Curriculares do semestre envolvidos no PPI:

Comportamento nas Organizações - EAD
Desenvolvimento Gerencial
Gestão Estratégica de Marketing
Marketing Eletrônico
Plano de Negócios

2.1. Objetivos

- Perceber que a atuação profissional na área de marketing extrapola o ambiente competitivo de tarefa.
- Analisar como o marketing envolve aspectos da cultura e do meio ambiente
- Estudar como gestores trabalham com a diversidade cultural e étnico-racial no ambiente empresarial.
-
- Compreender o conceito e a natureza do comportamento nas organizações abrangendo suas respectivas variáveis;
- Conhecer as escolas estratégicas e compreender o processo de planejamento estratégico;
- Entender o uso de técnicas, como matriz de BCG, SWOT, de atratividade e de produto-mercado, no planejamento empresarial e marketing;
- Compreender o uso de técnicas de planejamento estratégico na formulação do plano de Negócios;
- Entender como os recursos de marketing eletrônico podem ser integrados ao processo de marketing tradicional;
- Entender a importância dos recursos do marketing eletrônico nos negócios;
- Compreender os papéis e as competências gerenciais necessárias para condução de pessoas e aplicação de recursos para se atingir objetivos organizacionais;
- Compreender a importância das pessoas para realização dos objetivos organizacionais;
- Estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo;
- Entender as diferentes formas de relacionamento envolvendo sociedade, organizações, grupos, tornando profissionais aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, colaborando na sua formação contínua e na forma como as empresas visualizam a ética nos negócios;
- Promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação;
- Discutir e estimular o conhecimento dos problemas do mundo presente, em particular os nacionais e regionais promovendo soluções;
- Prestar serviços especializados à comunidade entendendo a importância da cidadania nos relacionamentos;
- 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 Marketing:

O PPI V contribui, ao menos, 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- incentivar a produção e a inovação científico-tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho;
- III- desenvolver expressão e comunicação compatíveis com o exercício profissional, inclusive nos processos de negociação e nas comunicações interpessoais ou intergrupais;
- IV- refletir e atuar criticamente sobre a esfera da produção, compreendendo sua posição e função na estrutura produtiva sob seu controle e gerenciamento;
- V- propiciar a compreensão e a avaliação dos impactos sociais, econômicos e ambientais resultantes da produção, gestão e incorporação de novas tecnologias;
- VI- 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;
- VII- 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;
- VIII- 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 07 (sete) alunos para a escolha do empreendimento, serviço ou produto, ligado ao cenário 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:	DIAS, Sergio Ribeiro. Gestão de marketing . São Paulo: Saraiva, 2010. 539p. KOTLER, PHILIP. Administração de Marketing : a edição do novo milênio. 12ªed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa . São Paulo: Atlas, 1991, 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=pt-BR&sa=X&ei=jegwUZ-7KsSx0AG00YCQDw&ved=0CFQQ6AEwBQ . Acesso em 23/02/2013.
Bibliografia Complementar :	SÁ, Patricia R. Galante; HAIM, Maria; CASTRO, Ricardo de. [et al].. Comunicação integrada de marketing . Rio de Janeiro: FGV, 2011. 171p. MAXIMIANO, Antonio C. A. Administração de Projetos : como transformar ideias em resultados. São Paulo: Atlas, 2009 SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico . São Paulo: Cortez, 2007. 303p. DINSMORE, Paul C.; CABANIS-BREWEN, 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.

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 de múltiplas formas, como vídeo, teatro, banner, palestra, seminário, artigo, entrevista ou resultado de consultoria, 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

Neste semestre serão desenvolvidas atividades práticas relacionadas as disciplinas de Comportamento nas Organizações – EAD; Desenvolvimento Gerencial; Gestão Estratégica de Marketing; Marketing Eletrônico; Plano de Negócios.

A disciplina de Desenvolvimento Gerencial da sequência as disciplinas estudadas em semestres anteriores, em especial Fundamentos de Marketing Empresarial, Fundamentos da Administração, sistemas de informação em marketing, marketing de relacionamento. Isso por ser focada no papel do

gestor, que deverá se apropriar do conhecimento técnico de marketing e aplicá-los com e pelas as pessoas. Nesse aspecto pretende-se que o estudante perceba as peculiaridades técnicas e sociais envolvidas na tomada de decisão do gerente em relação às pessoas, tanto de dentro da empresa como público externo. De igual forma a disciplina de Comportamento nas Organizações aborda as mesmas peculiaridades, mas com foco mais abrangente do comportamento humano e estudando as relações étnico-raciais e indígenas nas relações humanas.

A disciplina de Gestão Estratégica de Marketing promove ao aluno a uma visão holística e competitiva do marketing. Em consonância a disciplina de Plano de Negócios promove uma visão empreendedora atrelando os conceitos de marketing as demais funções organizacionais, sempre com um olhar estratégico/competitivo.

A disciplina de Marketing eletrônico apresenta estudos estratégicos, táticos e operacionais do Marketing Eletrônico, promotor de práticas de relacionamento com os clientes e de oportunidades de negócios.

A interdisciplinaridade neste semestre 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.

Além dos aspectos ora descritos, esta prática orientada também contribui para o cumprimento da RESOLUÇÃO Nº 1, DE 17 DE JUNHO DE 2004, que Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação das Relações Étnico- Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana.

O PPI V, contribui juntamente com outros componentes da grade curricular de modo transversal e multidisciplinar, como por exemplo e não se limitando a, Tecnologia e Sociedade, e Filosofia, ao adequado cumprimento a Resolução Nº 1 de 17 de Junho de 2004, nos termos explicitados no Parecer CNE/CP 3/2004.

O estudo das questões étnico-raciais visa valorizar devidamente a história e cultura de grupos diversificados, excluídos que sofreram ou sofrem, buscando reparar danos, que se repetem há séculos, a sua identidade e a direitos seus. A relevância do estudo de temas decorrentes da história e cultura afro-brasileira e africana não se restringem à população negra, ao contrário dizem respeito a todos os brasileiros, uma vez que devem educar-se enquanto

cidadãos atuantes no seio de uma sociedade multicultural e pluriétnica, capazes de construir uma nação democrática.

O aluno, quando da realização deste componente curricular, PPI V, desperta, analisa e sugere modificações nas Relações Étnico-Raciais para as diferentes culturas, através da(o):

- Divulgação e produção de conhecimentos, bem como de atitudes, posturas e valores que educam cidadãos quanto à pluralidade étnico-racial, tornando-os capazes de interagir e de negociar objetivos comuns que garantam, a todos, respeito aos direitos legais e valorização de identidade, na busca da consolidação da democracia brasileira.
- Reconhecimento e valorização da identidade, história e cultura dos afro-brasileiros e/ou minoritários, bem como a garantia de reconhecimento e igualdade de valorização das raízes africanas da nação brasileira, ao lado das indígenas, europeias, asiáticas dentre outros.

Quadro: Multidisciplinaridade e/ou Transversalidade no Semestre

Disciplina	Conteúdo solicitado
Gestão Estratégica de Marketing e Marketing Eletrônico	Estudo em empresa real que tenha ou planeja ter projeto de Sustentabilidade, Cultura, Diversidade. Estudo de seu modelo estratégico de marketing adotado. Estudo do uso de ferramentas de Marketing eletrônico
Desenvolvimento Gerencial e Comportamento nas Organizações	Estudo do ambiente de Recursos Humanos, a relação entre funcionários, o clima organizacional, a satisfação em trabalhar na empresa, a qualidade de comunicação entre os pares e chefias, relações éticas, ausência de preconceitos. Ações da empresa de inserção das questões étnico-raciais visa valorizar devidamente a história e cultura de grupos diversificados, excluídos que sofreram ou sofrem nos elementos de gestão da empresa, produtos/serviços e em sua comunicação de marketing

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 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 combinado.

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 do PPI os objetivos relevantes a sua disciplina a serem 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.

Ao longo do semestre abrir oportunidades para debates dos projetos que estão sendo desenvolvidos pelos alunos e discutir as relações com a disciplina ministrada.

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;

Desenvolver o projeto seguindo o roteiro definido e especificado com o professor orientador.

Independente da forma de apresentação do projeto, produzir relatório de desenvolvimento do PPI, conforme estrutura ao final do manual, não devendo este ultrapassar 20 (vinte) páginas. O número mínimo de páginas do relatório do projeto, a contar da folha de rosto até as referências bibliográficas, deve ser de 11 (onze) páginas.

Preparar-se para a exposição 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:

- ✓ Continuamente, levando-se em conta o cumprimento das obrigações (qualitativa e quantitativa), e;
- ✓ Pelo relatório final e pela qualidade do projeto apresentado.

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. As faltas serão lançadas pelos Professores Orientadores

7. Roteiro

Para o relatório do PPI o seguinte roteiro deverá ser contemplado:

1ª página – Capa contendo nome da Faculdade (logo), nome dos alunos, RA's, Título do Trabalho, Prof. Orientador , Ano (ex.2014-1)

2ª página - Resumo

3ª página - Sumário

4ª página - Introdução falando a respeito da importância dos Direitos Humanos, das relações étnico raciais, do respeito a profissionais com mobilidade reduzida, a importância do respeito entre profissionais, para com o meio ambiente e sociedade. Observação dessas práticas em toda cadeia logística.

5ª página - Apresentação da empresa escolhida como objeto de estudo para o projeto. Organograma empresarial. Objetivos Estratégicos de marketing. Modelo de Marketing Eletrônico. Política formal de sustentabilidade. Política formal sobre diversidade cultural e étnico-racial. Identificação dessas políticas no processo logístico. Identificação dessas políticas no modelo de marketing formal da empresa.

6ª página – O despertar para questões relacionadas a preconceito, discriminação e possíveis soluções. Identificar, por pesquisa com gestores, o perfil de gerencial da organização. Aplicar avaliação entre funcionários para identificar:

- predominância de Homens, Mulheres; número de profissionais com mobilidade reduzida (ou com algum tipo de deficiência).

- apresentar estatisticamente os resultados

7ª e 8ª páginas – Avaliação do Ambiente Organizacional, a relação entre funcionários, o clima organizacional, a satisfação em trabalhar na empresa, relações éticas, ausência de preconceitos.

Exemplo:

Selecione 10 funcionários em uma empresa ou três gerentes (que atuem em setores logísticos ou correlatos) e pergunte:

- A empresa onde trabalha valoriza o profissional?
- Você se sente acolhido não apenas profissionalmente, mas também pessoalmente por sua empresa?
- Há respeito entre os funcionários na empresa?
- Há prevalência da ética nos negócios?
- Você percebeu algum tipo de diferença entre o tratamento dos funcionários?

Apresente estatisticamente os resultados

9ª página – Forma de desenvolvimento e apresentação do projeto. O motivo da escolha e como se desenvolveu.

10ª página – Análise das informações levantadas e apresentação de sugestões de melhorias. Proposta de modelo de gestão aderente aos conceitos das relações étnico raciais, sustentabilidade nos negócios, direitos humanos.

11ª página - Referências, incluir no mínimo a bibliografia das disciplinas registradas no Plano de Ensino que fica no ambiente virtual.

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 das 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	Responsável
	Apresentação do Manual do PI e escolha e divisão do tema	
	Entrega do tema escolhido/componentes do grupo e levantamento bibliográfico. (EAD)	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 1,2 e 3	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 4,5	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 6	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), todos os grupos	

	Entrega parcial do projeto e relatório do projeto	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 1,2 e 3	
	Orientação do docente (estabelecer dia e horário), grupo 4,5,6	
	Entrega do Projeto e relatório	
	Devolutiva	
	Apresentação Final e atribuição de nota	
	Devolutiva e atribuição da primeira nota	

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.