

Plano de ensino

Curso: SIN-BAC - Bacharelado em Sistemas de Informação

Turma: BSIN182-6 - BSIN182-6

Disciplina: 6GES203 - GESTÃO EMPRESARIAL II

Período letivo: 2024/1

Carga horária: 54

Professor: 6406351 - DJONATA SCHIESSL

Ementa

1. Processos administrativos e Gestão Empresarial. Técnicas de Gestão. Planejamento estratégico e administração de recursos. Produtividade e Competitividade. Conceitos de marketing e empreendedorismo.

Objetivo geral

1. Apresentar conceitos, métodos e técnicas de gestão que possam ser aplicadas na vida profissional dos estudantes, sejam eles empreendedores ou não.

Objetivo específico

1. - Apresentar conceitos e técnicas de gestão;
- Desenvolver a habilidade de pesquisar e inovar a partir das pesquisas;
- Desenvolver o pensamento crítico analisando demandas do mercado;
- Possibilitar o mapeamento de características e análise de clientes com objetivos de atendê-los melhor;
- Compreender como o marketing pode ser usado para trazer melhores resultados para as organizações.

Conteúdo programático

1. 1. Introdução
1.1. Apresentação da disciplina.
1.2. Metodologia de ensino.
1.3. Avaliação.
1.4. Conceitos de gestão empresarial.
2. 2.1. Princípios de processos administrativos e gestão empresarial.
2.2. Planejamento, organização, direção e controle.
2.3. Análise e melhorias de processos.
3. 3.1. Conceito de técnicas de gestão.
3.2. Fluxo de trabalho.
3.3. Transparência, metas, indicadores.
3.4. Integração de sistemas e automatização de tarefas.
4. 4.1. Definição e importância do planejamento estratégico.
4.2. Classificação do planejamento estratégico.
4.3. Administração de recursos no planejamento
4.3.1 Recurso de tempo, recurso financeiro e recurso humano.
4.3.2 Motivação e envolvimento dos recursos humanos no planejamento.
4.4 Sustentabilidade
5. 5.1 Relação entre produtividade e competitividade.
5.2 Eficiência e eficácia na produtividade.
5.3 Qualidade, tempo, custo e quantidade.
5.4 ISO 9000, ISO 9001, ISO 9004 e ISO 10003.
5.5 Inovação e automatização da produtividade e impacto na competitividade.
6. 6.1. Marketing empreendedor.
6.2. Público alvo.
6.3. Valor e qualidade.
6.4. Necessidade, desejo, oferta e demanda.
6.5. Divulgação digital.
6.6. Legislação e satisfação do cliente.

Metodologia

Plano de ensino

1. Recursos pedagógicos: A disciplina será ministrada por meio de aulas expositivas dialogadas, pesquisas, estudos de casos, leitura e compreensão de artigos.
Serão compartilhados materiais adicionais (artigos, vídeos, ebooks, podcasts, hyperdocs, etc..) para apoio a aprendizagem dos estudantes. Estes materiais não contabilizam nota ou frequência, mas auxiliam na aprendizagem e são recomendados. Para esses casos os materiais serão indicados como opcionais. Os demais materiais, são mandatórios para aprendizagem e serão utilizados no decorrer das aulas ou indicados nas atividades.

Os alunos farão a apresentação de 2 artigos científicos durante a disciplina, e deverão formular duas questões para debate em sala de aula. Eventualmente, os alunos deverão resolver problemas propostos em sala de aula que possuem relação com o tema abordado na aula. Atendimentos individualizados aos alunos pelo professor será realizado via plataformas digitais e podem ser agendados pelo e-mail djonatasciesl@yahoo.com.br. Adicionalmente será criado um grupo da disciplina no whatsapp que poderá ser usado para o esclarecimento de dúvidas e avisos gerais para a turma.

Os períodos disponibilizados para atendimento individualizado são: determinados de acordo com a disponibilidade de horário dos estudantes e do professor.

O material didático será disponibilizado em sala de aula pelo professor e por meios digitais.

Sistema de avaliação

1. As avaliações serão compostas por questões discursivas e ou objetivas com base nas referências do plano de aula e nos conteúdos ministrados em sala de aula.

O trabalho da disciplina consiste em um planejamento de uma plataforma de negócios. Para a composição da nota, será avaliado a apresentação dos alunos em sala de aula, o plano de negócios (report) e os slides da apresentação.

Também contará para a avaliação dos alunos a apresentação dos artigos científicos em sala de aula, e a participação nas discussões com os demais estudantes, através de duas questões que deverão ser formuladas ao final da apresentação dos artigos.

O peso das avaliações será de: Avaliação Individual 01 (20%) + Avaliação Individual 02 (20%) + Avaliação do trabalho da disciplina (40%) + Apresentação dos artigos (20%).

NOTA FINAL = $(A1 \times 0,2) + (A2 \times 0,2) + (A3 \times 0,4) + (A4 \times 0,2)$

Bibliografia básica

1. ABNT NBR ISO 9004:2019 Gestão de qualidade - Qualidade de uma organização - Orientação para alcançar o sucesso sustentado. Terceira edição. ISBN 978-85-07-08353-5. Disponível em <https://pergamumweb.udesc.br/> apo´s login com id UDESC.

ABNT NBR ISO 10003:2013 Gestão de qualidade - Satisfação do cliente - Diretrizes para resolução externa de litígios das organizações. Primeira edição. ISBN 978-85-07-04436-9. Disponível em <https://pergamumweb.udesc.br/> apo´s login com id UDESC.

CALDEIRA, Jorge. 100 indicadores da gestão key performance indicators. São Paulo Grupo Almedina 2018 1 recurso online ISBN 9789896940379.

LIKER, J., K. e JAMES K. F.. O Modelo Toyota de Melhoria Contínua. Disponível em: Minha Biblioteca, Grupo A, 2013.

LINS, L. S. Introdução à gestão ambiental empresarial: abordando economia, direito, contabilidade e auditoria. São Paulo: Atlas, 2015. ISBN 9788597001075.

RODRIGUEZ, M. V. R. Gestão empresarial em organizações aprendizes: a arte de gerir mudanças. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007. ISBN 9788573036657

Bibliografia complementar

1. ABNT NBR ISO 9001:2015 Sistemas de gestão de qualidade - Fundamentos e vocabulário. Terceira edição. ISBN 978-85-07-05800-7. Disponível em <https://pergamumweb.udesc.br/> apo´s login com id UDESC.

ABNT NBR ISO 9001:2015 Sistemas de gestão de qualidade - Requisitos. Terceira edição. ISBN 978-85-07-05801-4. Disponível em <https://pergamumweb.udesc.br/> apo´s login com id UDESC.

Plano de ensino

BUENO, W. da C. Comunicação empresarial e gestão de marcas. Barueri: Manole, 2018. ISBN 97885204383.

FELIPINI, D. Empreendedorismo na internet. Como agarrar esta nova oportunidade de negócios. Primeira edição. Lebooks Editora. 2016. ASIN B01CRAHHQU disponível gratuitamente em https://www.amazon.com.br/Empreendedorismo-Internet-oportunidade-negócios-Gratuito-ebook/dp/B01CRAHHQU/ref=sr_1_1?mk_pt_BR=ÂMÃÕÑ&crd=3MLIRJQ75R5HF&dchild=1&keywords=gestão+empresaria&qid=1616593679&refinements=p_36%3A5560478011&mid=5560477011&s=digital-text&prefix=gestão+empresarial%2Cdigital-text%2C285&sr=1-1 acesso em 29/09/2021.

RODRIGUES, M. V. Ações para a qualidade gestão estratégica e integrada para a melhoria dos processos na busca da qualidade e produtividade (GEIQ). 6. Rio de Janeiro GEN Atlas 2020. ISBN 9788595157156.