

FACCAMP - FACULDADE CAMPO LIMPO PAULISTA

COORDENADORIA DE EXTENSÃO E PESQUISA

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU (ESPECIALIZAÇÃO) EM Gestão EMPRESARIAL *

**Organizado nos termos da Resolução CES 01/2001 do Conselho Nacional de Educação*

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu* (especialização) em Gestão Empresarial

Área do Conhecimento: Administração

Forma de oferta: presencial

2. Justificativa

As pressões impostas pelos processos da globalização, bem como as demandas ambientais sobre os processos organizacionais, tem exigido dos profissionais das mais diversas áreas do conhecimento uma postura coerente com relação ao desenvolvimento de sua própria profissão, assim como das organizações para as quais presta sua colaboração.

A região onde se insere a IES tem elevada concentração de organizações empresariais que demandam por profissionais, nas mais diversas áreas de formação acadêmica, com compreensão dos fenômenos administrativos e com habilidades essenciais para o desenvolvimento de funções gerenciais, bem como com competências essenciais depuradas.

A especialização em Gestão Empresarial contribui para a evolução das necessidades corporativas permitindo a compreensão sistêmica da organização, os efeitos da tomada de decisão e a sinergia entre todo o processo administrativo.

3. Histórico da Instituição

A Faculdade Campo Limpo Paulista iniciou suas atividades após o seu credenciamento pela portaria MEC 1494/98, publicada no Diário Oficial da União no dia 30 de dezembro de 1998. No ano de 1999, realizou o primeiro processo seletivo para o seu único curso autorizado até então: o bacharelado em Administração, com habilitação em Comércio Exterior. Ainda no ano de 1999, a instituição teve autorizado o seu bacharelado em Ciência da Computação pela portaria MEC 811/99, publicada no Diário Oficial da União em 18 de maio de 1999. O primeiro processo seletivo para este curso ocorreu, em caráter excepcional, no mês de julho de 1999, tendo a primeira turma iniciado suas atividades acadêmicas em agosto deste mesmo ano.

No ano de 2000, o Ministério da Educação autorizou o enriquecimento do curso de Administração com mais duas habilitações: Análise de Sistemas e Serviços de Turismo.

Em 2001, foram autorizados os cursos de Comunicação Social, nas habilitações de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, e Relações Públicas, os quais foram reconhecidos em março de 2005, e Engenharia de Telecomunicações. Recentemente, foi autorizado, pelo Ministério da Educação, o curso de Direito e está em tramitação, junto aos órgãos competentes, o projeto de criação do curso Normal Superior.

O crescimento dos projetos isolados de extensão e pesquisa levou o Conselho Superior da Faculdade a criar, em março de 2002, a Coordenadoria de Extensão e Pesquisa como forma de incentivar atividades de extensão e, ao mesmo tempo, garantir recursos que apoiem atividades de pesquisa. Passos significativos foram dados para o desenvolvimento das condições iniciais de

implementação de futuros programas de pós-graduação *stricto sensu* na instituição, entre eles, a abertura de cursos *lato sensu*, iniciada no ano de 2003, primeiramente, na área de Administração de Empresas, e, recentemente, em Comunicação Social, com perspectiva de iniciação na área da Educação, com o curso de Administração Educacional neste ano.

A atuação da Faculdade é crescente, ultrapassando os limites da sala de aula, por meio de atividades paradidáticas de formação complementar e projetos de extensão, que envolvem a comunidade local e vão ao encontro de seus verdadeiros objetivos sociais.

A Faculdade Campo Limpo Paulista tem como objetivos:

- a formação de profissionais e especialistas de nível superior, comprometidos com a transformação da sociedade e inspirados nos princípios democráticos;
- a realização de pesquisas e o estímulo de atividades criadoras;
- a extensão do ensino e da pesquisa à comunidade, mediante atividades de extensão e de prestação de serviços;
- a promoção da extensão aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural, da pesquisa científica e tecnológica geradas na instituição;
- a formação, em cursos de graduação presenciais ou à distância, de profissionais e especialistas de nível superior, compromissados com a realidade e com a solução dos problemas nacionais e da região;
- a promoção do intercâmbio e da cooperação com instituições de ensino dos diversos graus, tendo em vista o desenvolvimento da educação, da cultura, das artes, das ciências e da tecnologia;
- a participação no desenvolvimento socioeconômico do País e, em particular, da região de Campo Limpo Paulista, como organismo de consulta, assessoramento e prestação de serviços, em assuntos relativos aos diversos campos do saber;
- a promoção de programas e cursos de pós-graduação, de atualização, de extensão e seqüenciais, nas modalidades presencial e à distância;
- a promoção de ações educativas para conscientização da comunidade, visando à compreensão dos direitos e deveres humanos, da cidadania e do exercício pleno da liberdade e da democracia;
- o respeito e a difusão dos princípios universais dos direitos humanos e da preservação do meio ambiente.

4. Objetivos do curso

- Desenvolver as habilidades conceituais necessárias à prática da tomada de decisão;
- Trazer, aos alunos, conceitos e práticas atuais do Marketing;
- Orientá-los no que tange aos processos de negociação interna e externa;
- Incentivar a prática do aprendizado organizacional como ferramenta para o desenvolvimento e gestão do conhecimento;
- Entender a sistemática das leis e sua influência como variável ambiental nos processos de gestão;

- Formar gestores do processo empresarial com habilidades para a compreensão e resolução dos fenômenos organizacionais.
- Oferecer o suporte conceitual para o desenvolvimento de Projetos Estratégicos Gestão Empresarial e a mensuração de seus resultados;
- Formar gestores de processos comunicacionais, capazes de administrar a comunicação institucional, mercadológica e interna.

5. Público-alvo

Graduados em qualquer curso superior, que atuem ou pretendam atuar em órgãos públicos, empresas privadas, organizações do terceiro setor ou ensino superior, principalmente os bacharéis em Administração de Empresas.

6. Concepção do Programa

Ao combinar a necessidade inexorável das organizações de atuarem de forma estratégica – e, portanto, eficaz –, o mercado potencial e o número insuficiente de profissionais especializados e competentes na área de gestão e tomada de decisões, a Faccamp, em uma iniciativa pioneira na região, organizou o Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão Empresarial, que começou a funcionar em março de 2003.

O curso se propõe a oferecer, a seus participantes, a base conceitual necessária para o amplo desenvolvimento de estudos e análises de interesse prático profissional, preparando o aluno para o enfrentamento diário de desafios empresariais.

O cumprimento de todo o conteúdo programático cuidadosamente previsto – mediante aprovação em todas as disciplinas obrigatórias oferecidas – praticamente esgota o assunto “Gestão Empresarial”, fazendo com que o participante transforme-se em um profissional altamente competitivo em função dos diferenciais adquiridos ao longo do curso.

O Programa inclui a disciplina “Desenvolvimento Organizacional”, atento às mais prementes necessidades empresariais de aprendizagem, objetivando aferir clareza aos processos administrativos e, conseqüentemente, na rentabilidade na empresa a médio e longo prazo. Além disso, conta com as disciplinas “Metodologia de Pesquisa e Prática e Didática do Ensino Superior”, em função de estudos futuros que o aluno possa vir a realizar para publicação em revistas científicas ou participação em congressos, bem como de uma possível meta de ingressar em uma pós-graduação *strictu sensu*, ou mesmo a possibilidade de o aluno ingressar, futuramente, na carreira docente.

Nessa perspectiva, propomos um programa em Gestão Empresarial, com carga horária de 384 h/a e constituído por um módulo de 12 (doze) disciplinas que permitem apresentar os principais instrumentos de gestão empresarial num contexto dinâmico e atual, pois a ênfase em todas as disciplinas é que os esforços empresariais devem ser integrados na busca da maior competitividade, imposta pela globalização e a conseqüente formação de blocos econômicos.

Atividades complementares e interdisciplinares são desenvolvidas ao longo do curso, sendo as diretrizes e o desenvolvimento dessas atividades objeto de estudo das diversas disciplinas que compõem o programa.

7. Coordenação

Prof. M. Sc. Egídio José Garó

Mestre em Gestão e Estratégia de Negócios pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Graduado em Administração pelas Faculdades Integradas Campos Sales, responsável pela

coordenação de extensão e pesquisa da FACCAMP, Vice-presidente da Comissão Própria de Avaliação docente dos cursos de Administração, membro da CoPDI – Comissão Permanente do Planejamento do Desenvolvimento Institucional e Promoção da Qualidade na Instituição.

8. Carga horária

A carga horária total, prevista para o Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão Empresarial, da Faculdade Campo Limpo Paulista, é de 360h/a.

9. Período e periodicidade

1º semestre: início das aulas = fevereiro; término = junho.
2º semestre: início das aulas = agosto; término = novembro.
Turno: noturno / 4h/a
Aulas terças e quintas, das 19h10 às 22h30.

10. Conteúdo Programático

- Planejamento Estratégico de Marketing = 32 h/a

Evolução do conceito de marketing. Os conceitos centrais de marketing. Marketing como filosofia empresarial. Gerência de marketing. Sistemas de informações em Marketing (SIM). Estratégica de marketing. Endomarketing. Planejamento Estratégico de Marketing. Plano de Marketing.

Bibliografia Básica:

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. Décima edição, São Paulo: Prenhall, 2000.

KOTLER; Philip e ARMOSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. Nona edição, São Paulo: Prenhall, 2003.

COBRA, Marcos. Marketing Básica. São Paulo: Atlas, 1982.

SEVERINO, Antonio Joaquim, Metodologia do Trabalho Científico. 20ª edição, São Paulo: Cortes, 1999.

- Gestão da Qualidade = 32 h/a

Introdução ao estudo da Gestão da Qualidade baseado nos conceitos do CQT-Controle de Qualidade Total. Aspectos da introdução do CTQ no Brasil com referências aos padrões mundiais já conceituados. Abordagem dos conceitos de Administração sob o enfoque de Qualidade Total. A Gestão de Recursos Humanos e Materiais na ética da Qualidade Total. Conceituação de Técnicas e recursos á uma organização que visa adotar o Processo de Melhoria Contínua na excelência da qualidade.

Bibliografia Básica:

COSTAS, Eliezer Arantes. *Gestão Estratégica*. São Paulo: Saraiva, 2004.

MAIN, Jeremy. *Guerras pela Qualidade*. Rio de Janeiro: Ed.Campos, 1994.

- **Mercado de Capitais = 32 h/a**

O conhecimento das funções dos agentes e das possibilidades existentes no mercado financeiro. Elementos do mercado financeiro. Disseminar a importância da participação efetiva da sociedade no processo político.

Bibliografia Básica:

FORTUNA, Eduardo. *Mercado Financeiro*. São Paulo: Qualyemark, 2002.

NETO, Alexandre Assaf . *Mercado Financeiro*. São Paulo: Atlas, 2000.

- **Metodologia Científica, Prática e Didática do Ensino Superior = 32 h/a**

Natureza do discurso acadêmico-científico. Fundamentos e procedimentos metodológico da pesquisa científica. Planejamento e técnicas de pesquisa.

Didática do Ensino Superior: processo de ensino e aprendizagem, planejamento e avaliação. Tecnologia a serviço da educação. Meio universitário – o estudante e o docente :relações e expectativas. O papel da universidade e do docente na construção do conhecimento.

Bibliografia Básica:

ANDRADE, Maria Margarida. *Introdução à Metodologia do Trabalho Científico*. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, Arilda . *Didática para o Ensino Superior..* São Paulo: Eglu, 2000.

LAKATOS, E.M. *Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas, 1991.

PILETTI, Cláudio. *Didática Geral*. São Paulo: Ática, 2003.

- **Análise do Discurso Empresarial = 32 h/a**

O discurso tem, basicamente, a função de criar um efeito no receptor da mensagem. No âmbito dos Estudos Culturais do discurso, para a Semiótica e para a Lingüística, por exemplo, importa não o que é visível e sim o inteligível - a questão do significado -, aquilo que faz sentido aos interlocutores; para a antropologia social, o discurso é o principal instrumento de produção de conhecimento (material e simbólico), portanto da cultura; para a Sociologia o discurso modela e revela as práticas sociais, as regula e governa. No discurso empresarial, o discurso deve criar uma imagem positiva, mostrando a empresa como uma organização competente, ética e transparente.

Bibliografia Básica:

CITELLI, Adilson. *Linguagem e Persuasão*. São Paulo: Ática, 2004.

NASSAR, Paulo (org.) – *Comunicação interna: a força das empresas – Volume 2*. São Paulo: Aberje, 2005

ROBBINS, Stephan P. *Comportamento organizacional*. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1999.

- **Mediação e Arbitragem em Administração = 32 h/a**

A compreensão dos mecanismos da arbitragem, os órgãos arbitrais constitucionais e as regras ou processo arbitral como ferramenta do processo administrativo. Vislumbrar a mediação, seus conceitos e experiências e a mediação no Brasil objetivando o atendimento das organizações

empresariais, bem como promover uma visão geral das práticas de negociação, conciliação e a resolução dos conflitos.

Bibliografia básica:

COELHO, Fábio Ulhoa. Manual de direito comercial. São Paulo: Saraiva, 2002.

ALMEIDA, Amador Paes de. Manual das sociedades comerciais. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

MARTINS, Fran. Contratos e Obrigações comerciais. 15 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

- **Empreendimentos = 32 h/a**

Analisar os princípios do Empreendedorismo nas Organizações, atuando de forma proativa no gerenciamento do processo de sua responsabilidade.

Resgatar para si o controle do seu destino profissional, não deixando nas mãos das organizações; este seu ativo, que é de sua própria responsabilidade, entendendo os desafios e os riscos inerentes a esta escolha.

Bibliografia Básica:

CAETANO, L.A. *Arbitragem e Mediação: Rudimentos*. 1ª ed. São Paulo : ATLAS, 2002

BOMFIM, A. P. R.; MENEZES, H. M. F. *MESCS – Manual de Mediação, Conciliação e Arbitragem*. 1ª ed. Rio de Janeiro : LUMEN JURIS, 20008

MACHADO, R. B. *A Arbitragem no Brasil*. Porto Alegre : LIVRARIA DO ADVOGADO; 2009

- **Gestão de Pessoas = 32 h/a**

Cada vez mais as organizações orientam-se para a busca da excelência empresarial consubstanciada pelo somatório de qualidade, competitividade e produtividade com o objetivo de atender as necessidades da sociedade.

A atividade de Recursos Humanos passa a ser, nesse cenário, um importante foco que vai traduzir e concretizar os ideais organizacionais em ações para o atingimento da excelência. Obter, manter e melhorar continuamente os padrões de excelência torna-se o objetivo fundamental das organizações e em particular de Recursos Humanos, levando, portanto à necessidade do estabelecimento de atividades e atitudes que garantam uma constante dos quadros da organização, através de atitudes motivacionais, qualificação profissional, adaptação aos novos estilos de vida, profissional e particular e recompensas,

Bibliografia Básica:

CHIAVENATO, Idalberto. *Gestão de pessoas*. São Paulo: Campus, 2005.

HURTER, David K. *Crise e Renovação- Enfrentando o Desafio da Mudança Organizacional*. São Paulo: Futura, 1996.

MOLLER, Claus. *O lado Humano da Qualidade*. São Paulo: Pioneira, 1997.

- **Gestão Estratégica de Custos = 32 h/a**

Conceitos e terminologia. Avaliação e análise de estoques. Ponto de equilíbrio. Análise de custo/volume/lucro. Formação de preço básico de venda. Importância da análise de custos como um dos instrumentos de planejamento, controle de desempenho e tomada de decisão. Métodos de custeio e seus efeitos sobre o lucro.

Bibliografia Básica:

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. São Paulo, 2001, 8a edição, Ed. Atlas.

BRUNI, Adriano Leal & FAMÁ, Rubens. Gestão de Custos e Formação de Preços. São Paulo, 2004, 3ª edição, Ed. Atlas.

- **Treinamento e Desenvolvimento = 32 h/a**

Análise diacrônica do treinamento e desenvolvimento. Treinamento e Desenvolvimento como variável para melhores desempenhos das empresas. Definição de clientes e levantamento de necessidades de treinamento. Planejamento e elaboração de programas de treinamento.

Bibliografia Básica:

BOOG, Gustavo G. *Manual de Treinamento e Desenvolvimento*. São Paulo: Makron Books, 1999.

PAY MENT, Maggi & STER, Nancy. *101 Segredos para ser um profissional da para área de treinamento*. São Paulo: Futura, 1998.

- **Desenvolvimento Organizacional = 32h/a**

O contexto atual das organizações. Estágios de desenvolvimento organizacional. Conceitos, definições e influência da cultura organizacional. Pesquisas de clima organizacional e sua influência na produtividade e diagnóstico de problemas. Os processos de mudança. Mudança planejada e flexibilização da organização burocrática. As premissas das organizações da aprendizagem. Culturas organizacionais como determinantes de possibilidades de inovações gerenciais.

Bibliografia Básica:

BITENCOURT, C. *Gestão Contemporânea de Pessoas*. São Paulo: Bookman. 2003

BOHLANDER, George, SNELL, Scott, SHERMAN, Arthur. *Administração de Recursos Humanos*. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning.2005

CHIAVENATO, Idalberto. *Gestão de pessoas e o novo papel dos recursos humanos nas organizações*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

FLEURY, Afonso e FLEURY, M. Tereza L. *Estratégias Empresariais e formação de competências*.3.ed. São Paulo: Atlas.2004

ROBBINS, Stephan P. *Comportamento organizacional*. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1999

SENGE, Peter M. *A Quinta disciplina: arte e prática da organizações que aprende*. São Paulo: Editora Best Seller, 2002.

11. Metodologia

Aulas expositivas, painéis de discussões, estudos de caso, seminários, elaboração e desenvolvimento de trabalhos individuais e/ou em grupos, e elaboração de projetos (monografia).

12. Interdisciplinaridade

A pesquisa em Gestão Empresarial, que deverá resultar na monografia, norteará o trabalho interdisciplinar. Os projetos de pesquisa e seus respectivos temas deverão aglutinar todas as disciplinas para subsidiar o processo de investigação dos alunos.

No decorrer do curso serão apresentados e analisados projetos estratégicos de Gestão Empresarial pelas disciplinas oferecidas, procurando garantir a relação entre teoria e prática, e a articulação entre as disciplinas do curso.

13. Atividades complementares

- Visitas a diferentes instituições/organizações públicas e privadas para conhecimento das diferentes experiências na área de Administração, com a obtenção de resultados concretos positivos por meio de Gestão Empresarial.
- Realização de Seminários, com relatos de experiências profissionais na área de Gestão Empresarial.
- Mesa-redonda: “Gestão nos dias atuais: impasses, limites e desafios”, com a participação de especialistas e pesquisadores do tema.
- Participação em eventos,

14. Sistemas de Avaliação

Presença obrigatória em, no mínimo, 75% do conjunto das atividades regulares desenvolvidas no Programa. A nota mínima é 7,0 (sete) por disciplina. Cada uma delas contará com aplicação de provas e/ou elaboração de trabalhos (individuais ou em grupo, a critério de cada docente), bem como proposição de exercícios e estudos de caso. Ao final do ano letivo, é obrigatória a entrega de um trabalho (monografia), a ser desenvolvido individualmente.

15. Controle de frequência

A aprovação requer frequência de 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária prevista para cada disciplina, que será controlada pelos professores do curso a partir do registro de presença.

16. Monografia

Trabalho individual, de caráter teórico, prático e experimental, realizado pelo aluno sob orientação docente, conforme regulamento específico, com o objetivo de aplicar, integrar e compatibilizar os diversos conhecimentos adquiridos ao longo do curso.

17. Certificado

A Faccamp oferecerá aos alunos o certificado de Pós Graduação Lato – Sensu (especialização) em Gestão Empresarial, aos alunos que concluírem todos os módulos, obtendo nota mínima mencionado no item 18, e tiver no mínimo 75% frequência e entregar o trabalho de conclusão mencionado no item 20.

