

FACCAMP - FACULDADE CAMPO LIMPO PAULISTA
COORDENADORIA DE EXTENSÃO E PESQUISA
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*
(ESPECIALIZAÇÃO) Em Marketing e Logística *

**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 Marketing e Logística

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 Marketing e Logística 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, bem como a compreensão e o desenvolvimento da capacidade estratégica dos assuntos relacionados ao Marketing, e a sua inter-relação com os processos logísticos aplicados pelas organizações regionais.

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 paradigmáticas 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 no Marketing e logística e a mensuração de seus resultados;
- Formar gestores de processos logísticos, capazes de administrar a contingências organizacionais e mercadológicas internas e externas.

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 se comunicarem de forma estratégica – e, portanto, eficaz –, o mercado potencial e o número insuficiente de profissionais especializados e competentes na área, a Faccamp, em uma iniciativa pioneira na região, organizou o Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Marketing e Logística, que começou a funcionar em fevereiro de 2005.

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 nas 12 disciplinas obrigatórias oferecidas – praticamente esgota o assunto “Marketing e logística”, fazendo com que o participante transforme-se em um profissional altamente competitivo em função dos diferenciais adquiridos ao longo do curso.

O Programa inclui as disciplinas “Marketing Global” cujo enfoque está nas relações impostas pela globalização; “Logística Aplicada”, atento às mais prementes necessidades empresariais de gestão dos suprimentos e distribuição física; e Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos, objetivando auferir clareza aos processos administrativos e, conseqüentemente, na rentabilidade na empresa no médio e longo prazos. 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*, bem como a possibilidade do aluno ingressar, futuramente, na carreira docente. Nessa perspectiva, propomos um programa em Marketing e Logística, com carga horária de 384 h/a e constituído por 12 disciplinas que permitem o aluno conhecimentos, ferramentas e planejamento sobre marketing e logística.

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 Marketing e logística, da Faculdade Campo Limpo Paulista, é de 384h/a.

9. Período e periodicidade

"O curso terá duração de 1 ano e será oferecido semestralmente, desde que haja um número mínimo de 30 alunos matriculados"

10. Conteúdo Programático

Planejamento Estratégico de Marketing 40 h/a

Fundamentos teóricos do Planejamento estratégico. Organizações de Serviço. Estratégias nos setores privado, público e terceiro setor. Diferentes abordagens metodológicas para o planejamento estratégico de um negócio. Simulação do processo de elaboração de um plano estratégico de marketing.

Direito Empresarial 32 h/a

Administração/empresa e direito empresarial. Legislação básica. Aspectos teóricos e práticos. Novas tendências do Direito Empresarial frente ao contexto brasileiro e internacional. Instituições de Direito Público e Privado. Parte Geral do Direito Civil. Direito das Empresas. Títulos de Crédito; Falência e Concordata.

Desenvolvimento Organizacional 32 h/a

Conceito e evolução do desenvolvimento organizacional. Mapeando Cultura e Clima organizacional. Desenvolvimento do capital intelectual. Aprendizado organizacional e organizações aprendentes. Processos gerenciais Gerenciamento mudanças. Desenvolvimento de carreira e consultoria interna. Plano de Comunicações e Projetos para Business Unit.

Ambiente Econômico Global 32 h/a

Marketing e estratégias de comunicação integrada -Planejamento Integrado de comunicação - Identidade Corporativa -Propaganda -Relações públicas e publicidade -Promoção e Comunicação do Ponto de Venda -Marketing Direto - Marketing Digital -Vendas Pessoais -Tendências e Perspectivas em Gestão da Comunicação

Marketing Direto e Eletrônico 32 h/a

A comunicação integrada do marketing. O marketing direto: crescimento e benefícios, banco de dados de clientes, principais canais de marketing direto. O mercado virtual. A internet como meio de atuação do marketing no século XXI: o e-commerce, aspectos jurídicos e legais do e-commerce.

Pesquisa de Mercado 32 h/a

Pesquisa de mercado, Definição dos problemas-chave, Fontes de informação, Metodologia de pesquisa, Determinação do universo e do tamanho da amostra, Elaboração do questionário, Planejamento do trabalho de campo, Escolha da empresa de pesquisa, Pesquisa-piloto, Pré-teste, Realização da pesquisa, Tabulação, Análise e interpretação de dados, Redação do relatório final.

Metodologia Científica e Prática e Didática do Ensino Superior 40 h/a

Natureza do discurso acadêmico-científico. Fundamentos e procedimentos metodológico da pesquisa científico. Didática do Ensino Superior: processo de ensino 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.

Logística Aplicada: Suprimento e Distribuição Física 32 h/a

Analisar os princípios fundamentais da Administração da Cadeia de Suprimentos e da Logística Integrada, focando os impactos dos processos logísticos nos negócios, e destacando as tendências de relacionamento das empresas com o mercado.

Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimento 32 h/a

Abordagem dos aspectos relacionados ao gerenciamento de atividades de suprimento e Distribuição física. Assunto que deve ser entendido como base na logística. Esta disciplina aborda os processos e recursos utilizados em organizações produtivas. Serão introduzidos conceitos sobre produção, modelos participativos, automação e organização do trabalho, confiabilidade, curva do aprendizado e custo do ciclo de vida.

Planejamento e Controle da Produção 32 h/a

Fundamentos do planejamento e controle da produção. A função do PCP e a previsão de vendas. Fases do planejamento e controle da produção. Principais problemas no planejamento e controle da produção. Definição do roteiro da produção. Técnicas de planejamento da produção. O PCP e a Gestão dos estoques. Definição da capacidade de produção. O PCP e o controle de qualidade. Balanceamento da produção e sincronização dos fluxos. Emissão e programação de ordens de Fabricação. Métodos quantitativos no planejamento e controle da produção.

Trabalho de Conclusão 24 h/a

Trabalho a ser elaborado pelo pós-graduando com tema referente aos objetivos do curso.

11. Corpo docente

Forma de contratação do corpo docente: sem vinculação

Formado por professores Mestres e Doutores com experiência no Magistério Superior, bem com em outras atividades profissionais.

12. Metodologia

Aulas expositivas, painéis de discussões, estudos de caso, seminários, elaboração e desenvolvimento de projetos (monografia).

13. Interdisciplinaridade

A pesquisa em Marketing e Logística, 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 Marketing e Logística pelas disciplinas componentes do núcleo básico e

específico, procurando garantir a relação entre teoria e prática, e a articulação entre as disciplinas do curso.

14. Tecnologia

Os recursos utilizados por ocasião das aulas são:

- Data Show;
- TV e Vídeo;
- Jornais;
- Revistas especializadas; e
- Retro projetor,

15. Critérios de seleção

- preenchimento gratuito de ficha de inscrição
- xérox do diploma de curso superior ou comprovante de sua conclusão
- análise do currículo
- entrevistas pessoais

16 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.

17. Controle de freqüência

A aprovação requer freqüência 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.

18. 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.

19. Certificado

A Faccamp oferecerá aos alunos o certificado de Pós Graduação Latu – Sensu (especialização) em Marketing e logística, aos alunos que concluírem todos os módulos, obtendo nota mínima mencionado no item 18, e tiver no mínimo 75% freqüência e entregar o trabalho de conclusão mencionado no item 17.