



PLANO DE ENSINO

CURSO	ENGENHARIA AMBIENTAL	MATRIZ	03
--------------	-----------------------------	---------------	----

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL	Resolução n.º 92/2007 – COEPP de 19 de outubro de 2007, Portaria de Autorização MEC n.º 393, de 20 DE ABRIL DE 2010. Portaria de Reconhecimento INEP/MEC, n.º 270, de 13 de dezembro de 2012.
----------------------------	---

DISCIPLINA/UNIDADE CURRICULAR	CÓDIGO	PERÍODO	CARGA HORÁRIA (horas)		
			AT	AP	Total
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	GE67A	7º.	15	15	30

AT: Atividades Teóricas, AP: Atividades Práticas.

PRÉ-REQUISITO	ESTAR NO 7. PERÍODO
EQUIVALÊNCIA	Não há

OBJETIVOS

Proporcionar ao aluno a familiarização com os conceitos básicos de microeconomia e de macroeconomia e a influência desses conceitos na economia das empresas.

EMENTA

Metodologia de análise de sistemas: reconhecimento da situação de problema; definição de sistemas, subsistemas de supersistemas. Etapas na elaboração do plano estratégico: Formulação de estratégia, avaliação do ambiente, estabelecimento do perfil, quantificação dos objetivos, preparação do relatório e divulgação. Implantação e acompanhamento do planejamento estratégico. Controle e avaliação do planejamento; Estudos de casos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

ITEM	EMENTA	CONTEÚDO
1	Metodologia de análise de sistemas: reconhecimento da situação de problema; definição de sistemas, subsistemas de supersistemas.	O que é estratégia, o que é estratégia organizacional, importância desta tarefa no âmbito das empresas. A organização vista como um sistema. Níveis do planejamento.
2	Etapas na elaboração do plano estratégico: Formulação de estratégia, avaliação do ambiente, estabelecimento do perfil, quantificação dos objetivos	As ferramentas de análise: O modelo das 5 forças de Porter. Opções Estratégicas genéricas por Treacy e Wiersema. Missão, Visão, Objetivos e Valores de uma organização. Ciclo de Vida do Produto e as estratégias para cada situação. A matriz BCG. Análise SWOT. Base da segmentação de mercado e Comportamento do Consumidor. Ferramentas de elaboração de tarefas 5W2H.
3	Preparação do relatório e divulgação.	Relatório do Planejamento Estratégico. Tópicos e forma de apresentação do relatório referente ao Planejamento Estratégico.
4	Implantação e acompanhamento do planejamento estratégico. Controle e avaliação do planejamento	Implantação e Controle: Sistemas de controle e acompanhamento

PROFESSOR	TURMA
MARCOS JERONIMO GOROSKI RAMBALDUCCI	EA71

ANO/SEMESTRE	CARGA HORÁRIA (aulas)					Total
	AT	AP	APS	AD	APCC	
2017/02	19	19	02	-	-	40

AT: Atividades Teóricas, AP: Atividades Práticas, APS: Atividades Práticas Supervisionadas, AD: Atividades a Distância, APCC: Atividades Práticas como Componente Curricular.

DIAS DAS AULAS PRESENCIAIS						
Dia da semana	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
Número de aulas no semestre (ou ano)	38					

PROGRAMAÇÃO E CONTEÚDOS DAS AULAS (PREVISÃO)		
Dia/Mês ou Semana ou Período	Conteúdo das Aulas	Número de Aulas
7-ago	Definição de estratégia e estratégia organizacional	2
14-ago	Os três níveis do planejamento	2
21-ago	O modelo das Cinco Forças de Porter	2
28-ago	Opções Estratégicas genéricas	2
4-set	Missão, Visão e Valores da Organização	2
11-set	Ciclo de Vida do produto e suas estratégias	2
18-set	A Matriz BCG parte 1	2
25-set	A Matriz BCG parte 2	2
2-out	Avaliação I	2
9-out	Análise SWOT - (ambiente interno)	2
16-out	Análise SWOT - (ambiente externo)	2
23-out	Segmentação de Mercado (geográfica e de benefício/custo)	2
30-out	Segmentação de Mercado (segmentação demográfica)	2
6-nov	segmentação de Mercado (comportamental e psicográfica)	2
13-nov	Estratégias no Nível Tático parte 1	2
20-nov	Estratégias no Nível Tático parte 2	2
27-nov	Avaliação II	2
4-dez	EXAME	2
11-dez	Revisões e Correções	2

PROCEDIMENTOS DE ENSINO
AULAS TEÓRICAS
Apresentação oral de conteúdos e estimulação participativa.
Aula expositiva baseada no tema e exemplos práticos relacionados ao curso, discussão em grupo sobre o tema da aula proposta, de acordo com plano de ensino, recurso audiovisual mais aplicado: slides e vídeo wma.
AULAS PRÁTICAS
Estudos de Caso
Aula pratica baseado no assunto abordado em aula teórica. Estudos de Caso em sala serão executados pelos discentes sob supervisão do professor, onde os mesmos deverão concluir os resultados obtidos
ATIVIDADES PRÁTICAS SUPERVISIONADAS
A efetivação das atividades práticas supervisionadas serão feitas através de estudos de campo, "case" e atividades extraclasse cujos conhecimentos serão cobrados dos alunos durante o decorrer do semestre, através das provas teóricas. Datas de entrega aos alunos e a de conclusão das mesmas obedecerá a evolução das aulas.
ATIVIDADES À DISTÂNCIA
Não há.
ATIVIDADES PRÁTICAS COMO COMPONENTE CURRICULAR
Não há.

PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO

Avaliações bimestrais e Avaliações Parciais

Serão realizadas 2 (duas) avaliações escritas – AVL, sem consulta nas datas agendadas, com peso 7,0.

As Atividades Práticas Supervisionadas - APS serão avaliadas através da entrega dos exercícios práticos, de seminários e de relatório, e terão peso 3,0 (três).

Será considerado aprovado o aluno que tiver média final igual ou maior que 6 (seis). $((APS1 + AVL1) + (APS2 + AVL2)) / 2$

As avaliações serão de acordo com acúmulo razoável de temas abordados durante a disciplina, de acordo com a ementa. Duas avaliações dissertativas e objetivas, dependendo do desempenho da turma, são suficientes para compor a média final. Acrescenta-se ao conteúdo das avaliações os conhecimentos obtidos através dos APS.

Caso o aluno não alcance a nota mínima de 6 (seis), poderá fazer prova substitutiva, contemplando o conteúdo total da disciplina e o cálculo da média passará a considerar esta nota em substituição à prova com menor nota. OBS: A NOTA REFERENTE AOS TRABALHOS DE APS REALIZADOS NO BIMESTRE APS NÃO SOFRE ALTERAÇÃO.

REFERÊNCIAS

Referências Básicas:

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Plano de marketing para micro e pequena empresa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 185 p. ISBN 97885224461851 (10 exemplares)

MCDONALD, Malcolm. **Planos de marketing: planejamento e gestão estratégica**. Rio de Janeiro: Campus, 2004. 550 p. ISBN 85-352-1381-3 (7 exemplares)

NEVES, Marcos Fava (Org.). **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas, 2003. 365 p. ISBN 85-224-3651-7. (10 exemplares)

Referências Complementares:

FIGUEIREDO, Kleber Fossati (org); FLEURY, Paulo F.; WANKE, Peter. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento do fluxo de produtos e dos recursos**. São Paulo: Atlas, 2003 (2 exemplares)

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010. 424 p. ISBN 9788575222577. (3 exemplares)

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo, SP: Prentice-Hall, 2000. 764 p. ISBN 85-87918-01-X. (2 exemplares)

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo, SP: Prentice-Hall, 2006. 750 p. ISBN 8576050013. (5 exemplares)

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologias e práticas**. 22. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2005. 335 p. ISBN 8522441235. (5 exemplares)

ORIENTAÇÕES GERAIS

Resolução Nº 060/16-COGEPI, de 27 de julho de 2016.

Art. 35 - A aprovação nas disciplinas presenciais dar-se-á por Nota Final, proveniente de avaliações realizadas ao longo do semestre letivo, e por frequência.

§ 2.º - O número de avaliações, suas modalidades e critérios devem ser explicitados no Plano de Ensino da disciplina/unidade curricular.

§ 4.º - Para possibilitar a recuperação do aproveitamento acadêmico, o professor deverá proporcionar reavaliação ao longo e/ou ao final do semestre letivo.

§ 5.º - Considerar-se-á aprovado nas disciplinas presenciais, o aluno que tiver frequência/participação igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) e Nota Final igual ou superior a 6,0 (seis), consideradas todas as avaliações previstas no Plano de Ensino.

Art. 36 - A nota de cada avaliação deverá ser divulgada pelo professor com antecedência mínima de 3 (três) dias úteis da data marcada para a próxima avaliação.

Art. 37 - No caso do aluno perder alguma avaliação presencial e escrita, por motivo de doença ou força maior, poderá requerer uma única segunda chamada por avaliação, no período letivo.

§ 1.º - O requerimento, com documentação comprobatória, deverá ser protocolado junto ao Departamento de Registros Acadêmicos até 5 (cinco) dias úteis após a realização da avaliação.

§ 2.º - A análise do requerimento será feita pela Coordenação do Curso ou Chefia do Departamento Acadêmico ao qual a disciplina está vinculada, cujo resultado será comunicado ao professor da disciplina, com homologação da Diretoria de Graduação e Educação Profissional.

§ 3.º - O professor definirá os conteúdos e a data da avaliação.

§ 4.º - A nota da segunda chamada das avaliações realizadas na última semana do período letivo e não lançadas até o fechamento do período letivo, deverão seguir procedimento definido pela Diretoria de Graduação e Educação Profissional.

Art. 39 - É assegurado ao aluno o direito à revisão das avaliações, por meio de requerimento, devidamente justificado, protocolado junto ao Departamento de Registros Acadêmicos em até 5 (cinco) dias úteis após a publicação do resultado.

Assinatura do Professor

Assinatura do Coordenador do Curso